

**CAPACIDAD PRODUCTIVA EN LAS PYMES DEL SUBSECTOR COSMÉTICO Y
ASEO UBICADAS EN LA ZONA CENTRO OCCIDENTE DEL DEPARTAMENTO
DE RISARALDA PARA DETERMINAR SU VIABILIDAD INVERSIONISTA**

ESTUDIANTES:

**LUISA FERNANDA GÓMEZ
MAIRA ALEJANDRA MILLÁN
MANUELA SANTA RESTREPO**

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y
FINANCIERAS**

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

PEREIRA, COLOMBIA

2016

TABLA DE CONTENIDO

Introducción.....	3
1. Justificación.....	4
2. Objetivos	6
2.1. Objetivo general.....	6
2.2. Objetivos específicos	6
3. Marco referencial.....	7
3.1. Estado del arte.....	7
3.1.1. Apoyo tecnológico	11
3.1.2. Apoyo institucional	13
3.2. Marco teórico.....	15
3.3. Marco situacional.....	17
3.4. Marco legal	19
3.5. Marco conceptual	23
5. Desarrollo de la investigación.....	26
5.1. Análisis externo	26
6. Diseño metodológico	28
6.1. Tipo de investigación	28
6.2. Diseño de investigación	28
6.3. Población y muestra	28
7. Resultados	30
8. Conclusiones.....	35
9. Agradecimientos.....	38
BIBLIOGRAFÍA	39

Introducción

La finalidad del presente trabajo investigativo consiste en exponerle al lector la situación actual que viven las empresas del sector cosméticos y aseo a nivel Internacional, nacional, regional y local específicamente en el municipio de Dosquebradas y la ciudad de Pereira; sus potencialidades, funcionamiento, capacidad de producción y comercialización teniendo en cuenta el desarrollo y la importancia que tiene la competitividad, y la implementación de esta en cada una de las empresas.

Teniendo en cuenta lo anterior cabe resaltar que se presentara una muestra de las empresas que pertenecen a este sector, señalando los subsectores de mayor relevancia y determinando los factores micro y macroeconómicos de este. Por medio de los antecedentes investigativos, del programa de transformación productiva (PTP), y de la recolección de información obtenida directamente de las empresas mencionadas, para así analizar la situación actual de cada una de ellas.

1. Justificación

Teniendo en cuenta que Colombia es el quinto mercado de Cosméticos y artículos de aseo en Latinoamérica, debido a sus crecientes ventas entre los años del 2009 a 2015 de una tasa del 7% y debido a que el consumo per capital de productos de cosméticos del país alcanzo USD \$79.8, cifra que supera a países como Perú y representa un tercio del consumo de países como Estados Unidos y Francia; el sector se encuentra como un sector atractivo para realizar la investigación. Se estima que la competitividad de Colombia para la producción de cosméticos y productos de aseo la han consolidado como la cuarta industria manufacturera como mayores exportaciones en el país para el 2015, además de la disponibilidad de mano de obra calificada para la investigación y producción con más de 130.000 profesionales y técnicos disponibles para el sector de cosméticos y aseo, En Colombia el sector de cosméticos y aseo ha tenido en los últimos años un desarrollo dinámico, después de la apertura, el flujo comercial empezó a desarrollarse positivamente tanto en importaciones como en exportaciones atrayendo inversionistas extranjeros.

Debido a lo anteriormente mencionado se resalta que lo que hace importante la investigación es analizar las ventas y oportunidades que pueden tener las empresas, en este caso de los municipios de Dosquebradas y Pereira.

Para llevar a cabo el desarrollo del proyecto investigativo se diseñaran encuestas en las diferentes empresas del sector de cosméticos y aseo ((5) Dosquebradas y (13) Pereira se dedican a la fabricación de estos productos, y (51) dedicadas a la comercialización), las cuales servirán para recolectar información de cada una de ellas e identificar la situación actual en la que se encuentran y las oportunidades futuras para este sector.

Los resultados del proyecto de investigación puede ser utilizado tanto para los empresarios que manejen este sector como para los que desean invertir; ya que pueden ver las oportunidades de exportar sus productos y de llevar sus empresas a otra dimensión, utilizando factores como la competitividad y generando valores agregados que contribuyan a la diferenciación de estas, debido a lo expuesto anteriormente, en el 2015 las exportaciones de cosméticos y aseo de Colombia al mundo alcanzaron los US \$548 millones (un crecimiento promedio del 3% anual); por lo tanto este proyecto investigativo puede hacer ver a Colombia

como un país atractivo para invertir en el sector, así mismo las empresas extranjeras como (Kimberly Clark, P&G Belcorp, etc.) han escogido a Colombia como destino de su inversión.

El sector cosmético y aseo es de gran importancia para la economía Colombiana teniendo en cuenta que viene creciendo fuertemente desde el año 2000 y que Colombia es el segundo país con mayor biodiversidad; al ingresar el programa de transformación productiva (PTP) tiene como propósito de convertir a Colombia como un competidor mundial, lo que hace de este proyecto investigativo, un trabajo útil y de gran importancia para las empresa de Risaralda, viendo y analizando así la situación actual de ella frente a la competencia y como pueden invertir en el mejoramiento de las estrategias para el fortalecimiento del sector, ya sea utilizando sus productos como materia de exportación o generando la inversión extranjera del sector cosmético y aseo.

Se puede decir que la novedad del presente trabajo investigativo radica de una investigación diferente de las ya realizadas anteriormente; esta investigación se enfoca en la capacidad de producción y la comercialización del sector cosméticos y aseo en los municipios de Risaralda y Dosquebradas, con el fin de conocer la situación de las pequeñas y medianas empresas de estas localidades.

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

Determinar la capacidad productiva de las pymes del subsector Cosméticos y Aseo a través de la caracterización administrativa, operativa y comercial para validar las oportunidades de inversión extranjera o nacional.

2.2. Objetivos específicos

- Caracterizar las pymes del subsector Cosméticos y aseo a través de la validación de variables establecidas en los escenarios administrativo, legal, operativo y comercial.
- Determinar las capacidades productivas de las pymes en los escenarios operativo y comercial utilizando para ello instrumentos cuantitativos diseñados y validados para cada subsector analizado.
- Determinar las oportunidades de inversión extranjera o nacional a través del análisis de la capacidad operativa y comercial establecida en esta investigación.

3. Marco referencial

3.1. Estado del arte

- **Programa de transformación productiva (PTP):**

El Programa de Transformación Productiva es una de las herramientas dispuestas por el Gobierno Nacional para la ejecución de la Política Industrial que conduzca al Desarrollo Productivo del país y con la que se generan entornos más competitivos y empresas más fuertes y productivas. El PTP es un aliado de los empresarios porque ofrece acompañamiento para acelerar su productividad y competitividad, orientando sus capacidades y aprovechando sus ventajas comparativas.

Este abarca 21 sectores de la economía, el cual busca un mejoramiento en cada área para la generación de una Colombia competitiva, en productos de calidad y eficiencia ante cualquier mercado externo. El Sector Cosméticos y Aseo se encuentra incluido en los sectores de relevancia que apoya el PTP con diversos proyectos y acciones a ejecutar para entrenar a las empresas en temas de competitividad. Se conoce que el Sector está dividido en 3 subsectores, los cuales son:

- Cosméticos que comprende maquillajes, artículos de aseo, y tratamiento capilar.
- Artículos de aseo que comprende detergentes, jabones y demás productos del hogar.
- Absorbentes que comprende toallas higiénicas, pañales y tampones

Las oportunidades para Colombia en el Sector cosméticos y aseos son importantes debido a que el país tiene una ventaja comparativa para producir cosméticos con ingredientes naturales, una herramienta que genera valor agregado frente a sus competidores externos, el cual se pronostica que en para el 2032 podrá incrementar el tamaño del sector y multiplicar sus exportaciones 4 veces llegando a exportar alrededor del 27% de su producción.

Algunas iniciativas del PTP para este sector se han ido desarrollando con diversas empresas del país las cuales han sido útiles para sus empresas, estas iniciativas consisten en:

- **El Proyecto Piloto en Mercadeo:** consiste en la realización de un seguimiento y acompañamiento a nueve (9) empresas seleccionadas del sector, para aportar y brindar apoyo en el proceso de formulación de estrategias de mercadeo que respondan a las necesidades de cada empresa buscando aumentar el conocimiento del consumidor y el fortalecimiento de estas empresas en el mercado.
- **Programa de calidad para el Sector Cosméticos:** Este programa se da gracias a un acuerdo de cooperación con la Secretaria de Estado para Asuntos Económicos (SECO) y la Organización de Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI). Este programa busca fortalecer la infraestructura nacional de calidad y aumentar la capacidad productiva del país para cumplir con los estándares y normas de calidad internacionales y fortalecer la competitividad del sector frente a los diferentes mercados del mundo.

Este programa busca tres objetivos a mejorar específicos:

- La infraestructura de calidad.
 - La capacidad técnica y de cumplimiento con normas internacionales de calidad
 - Normas privadas y de sostenibilidad a lo largo de la cadena productiva de ingredientes naturales para la producción de los cosméticos.
- **Fortalecimiento de 4 unidades productivas en el Chocó:** Esta iniciativa está orientada al mejoramiento y competitividad de 4 unidades productivas ubicadas en departamento del Chocó, se llevara a cabo mediante la facilidad de obtener registros, desarrollar imágenes corporativas y mejorando la presentación de los productos que sean atractivos a todo tipo de consumidor, contribuyendo al crecimiento y desarrollo de estas unidades productivas, mejorando la capacidad de respuesta oportuna y eficientes a las necesidades del mercado y clientes.
 - **Certificación en Buenas Practicas Manufactureras:** Esta iniciativa consiste en la certificación para los trabajadores en las BPM, con apoyo del SENA en busca del

fortalecimiento del capital humano del sector y capacitación del mismo en la certificación de Normas de Competencia Laboral.

- **Competitividad del Sector Cosméticos y Aseos:**

De la mano de Programa de transformación productiva es necesario abordar el tema de la competitividad del sector Cosméticos y aseos, es necesario decir que Colombia cuenta con grandes ventajas competitivas, convirtiéndose en un lugar estratégico para cubrir el mercado a Latinoamericano y cubrir otros países debido a su excelente locación geográfica e incluso por ser uno de los países que goza de una excelente biodiversidad en el continente, por esta razón Colombia tiene la capacidad para ser una de las industrias cosméticas más grandes y de mayor crecimiento de la región.

El sector Cosméticos es altamente representativo para la economía colombiana y según el DANE en los últimos años este sector ha crecido significativamente en el país. A continuación se observa la distribución de los porcentajes de producción del sector.

Porcentaje de la Producción del sector

Cosméticos ■ 53% Aseo ■ Absorbentes ■



ILUSTRACIÓN 1FUENTE: DANE; ENCUESTA ANUAL MANUFACTURERA 2011

Según la cámara de Cosméticos y Aseo de la Asociación de Industriales de Colombia, el país cuenta con oportunidades de producción debido a que el país superó el doble de su tamaño para el 2011, convirtiéndose en el cuarto mercado latinoamericano de esta industria, con posibilidad de un crecimiento sostenible para los siguientes años, en los últimos 10 años la producción del Sector Cosméticos y Aseo se ha duplicado en los últimos 10 años llegando a niveles cercanos a los \$ 3 mil millones.

Colombia cuenta con unas excelentes condiciones por características en temas ya mencionados como la biodiversidad y la utilización de ingredientes naturales en sus productos, destacándose porque en los últimos siete años el sector ha superado el crecimiento a nivel Latinoamérica. Por otro lado el Ministerio de comercio, industria y turismo ha mencionado que “Colombia se consolida como el país líder en Biodiversidad en América Latina” y como consecuencia de esta posición se convierte en un país altamente competitivo para la región y en cuanto al futuro del Sector de Cosméticos y Aseo con un componente alto en cosmética basada en ingredientes naturales.

Según la federación Nacional de Comerciantes (FENALCO) la industria va creciendo a pasos agigantados y su razón principal es la variación en el tipo de comercialización de sus productos como lo son las ventas por catálogo o comercialización multinivel estrategias por las cuales se promueve el consumo de estos productos con valor agregado, diversificación y facilidades de pago.

- **Diagnóstico del sector Cosméticos y Aseo para Risaralda**

A partir de fuentes y autores posteriormente consultados y analizados se presentará el diagnóstico del Sector Cosméticos y Aseo para Risaralda, con el fin de establecer un contexto más claro del sector y los principales indicadores que impactan en la competitividad del mismo.

3.1.1. Apoyo tecnológico

- **Clúster de biotecnología Agropecuaria e Industrial:** Desde 2009 se ha venido ejecutando el primer clúster de conocimiento de biotecnología agropecuaria e industrial en el país a través de una iniciativa de la fundación de universidad de empresa en el eje cafetero, Cámara de Comercio de Manizales, Universidad de los Andes y el apoyo de la gobernación y alcaldía. Esta iniciativa que inició en la ciudad de Manizales se ha ido expandiendo en los departamentos de Risaralda y Quindío respectivamente con el objetivo de fortalecerse como una cadena de conocimiento, investigación e innovación en biotecnología optimizando la ventaja competitiva en biodiversidad de la región.

Este clúster cuenta con la participación de universidades tales como: la Universidad tecnológica de Pereira, la Universidad de Caldas, Universidad Católica de Manizales, la Universidad del Quindío con sus correspondientes grupos de investigación.

- **Centro de Bioinformática y Biología Computacional de Colombia:** El Centro de Bioinformática y Biología Computacional de Colombia –CBBC se creó en 2011 gracias a la alianza pública y privada liderada por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MINTIC) en compañía de Colciencias, Microsoft, las Universidades de Caldas, Autónoma de Manizales y Tecnológica de Pereira, y la Red Alma Mater, con el fin de fortalecer las capacidades nacionales para adquirir y utilizar productivamente la información biológica, así mismo desarrollar procesos de investigación, almacenamiento, procesamiento e interpretación de datos, desarrollo de software, capacitación y asesorías a empresas, universidades, grupos de investigación, instituciones del estado, entre otros. El CBBC actuará en las áreas científicas de Ciencias de la Vida y Ciencias de la Informática enfatizando en la línea de investigación de Biodiversidad y aplicaciones industriales Ciencias biológicas y desarrollo de software para la agroindustria.

- **Nodo de Ciencia y Tecnología:** Colciencias, la Gobernación de Caldas y la Fundación Universidad Empresa Estado en conjunto con un grupo de apoyo de universidades y de instituciones gubernamentales se articulan para generar una plataforma virtual y presencial de información en Ciencia y Tecnología de la región, registrando la oferta y demanda real en desarrollo tecnológico con el que cuenta la región, lo que facilita la interacción de los oferentes y demandantes tecnológicos y la generación de proyectos conjuntos entre los centros de investigación, instituciones de educación superior y el sector productivo.

3.1.2. Apoyo institucional

- **Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA11**

A continuación se describen algunos de los servicios ofrecidos por El SENA establecidos con el fin de brindar apoyo a las Pymes. 1. Servicio de Fortalecimiento: consiste asesorar a las pymes en la construcción y mejoramiento de los indicadores de gestión empresarial relacionados con la implementación de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –TIC, Logística y Gestión del Talento Humano dentro del siguiente esquema: o Diagnóstico o Estrategia a seguir o Implementación de la Solución 2. Convocatoria unidades de investigación aplicada en las empresas: se busca convocar a las empresas que cumplan con los requisitos establecidos en el Acuerdo 04 de 2008, con el fin de que presenten propuestas para establecer unidades de investigación aplicada y desarrollo tecnológico (cualquiera que sea la denominación que se adopte al interior de la empresa) o que necesiten fortalecer las existentes y que estén dispuestas a recibir asistencia técnica especializada, por parte del operador que sea designado y/o sugerido por el proponente cuando haya acompañado a la empresa en la formulación del proyecto, para la identificación de sus necesidades en innovación, gestión de tecnología, investigación, desarrollo y transferencia de conocimiento, en desarrollo de la fase uno del Programa. 3. Servicios Tecnológicos: se suministra información técnica, laboratorios, Asesoría, Consultoría, Asistencia técnica, Investigación aplicada y fabricación especial.

- **Instituciones Con Capacidad de Apoyo de Inversión:** Ministerio de agricultura. Ministerio de Comercio, Industria y turismo. Colciencias. Algunas de las entidades que ofrecen apoyo a las Pymes en Colombia son BANCOLDEX y FUNDES (una descripción específica de las ofertas de ambas instituciones se encuentra en el Anexo 2) PROEXPORT Según su portafolio institucional¹², el apoyo de ProColombia se centra en:

1. La promoción de las exportaciones así: A través de la Guía para exportar bienes y la Guía para exportar servicios.

2. La atracción de inversión extranjera directa en Colombia:

- Información a la medida de los sectores Cosméticos, Aseo y Absorbentes; Automotor; Agroindustria; Manufacturas y Servicios.
- Contactos con el sector público y privado. o Agendas: organización y acompañamiento cuando visite Colombia. o Atención al inversionista instalado.
- Gratis y Confidencial: todos los servicios son gratuitos y la información suministrada en el proceso se maneja de manera confidencial.
- Análisis de sectores e información regional o Proceso para invertir en Colombia.

- **Conpes 3527**

El Conpes 3527 fue aprobado el 13 de junio del 2008, lo cual hace referencia a la política nacional de competitividad y productividad.

Según El CONPES 3527 Colombia en 2032 llegará a ser uno de los tres países más competitivos de América Latina teniendo un elevado nivel de ingreso por persona al igual que los países de ingresos medios altos a partir de una economía exportadora de bienes y servicios de alto valor agregado e innovación incentivando la inversión local, extranjera y mejorando las oportunidades de empleo formal y reducción de los niveles de pobreza.

Hoy en día las organizaciones deben estar siempre en búsqueda de ser más competitivas, para poder enfrentar la globalización que es principal factor por el cual pierden participación en el mercado. La competitividad tiene un eco significativo en la planeación y en el desarrollo de cualquier iniciativa de negocios, lo que está provocando una continua evolución en el modelo empresarial para añadir un valor agregado y ofrecer productos diferenciadores que sean atractivos a la hora del consumidor elegir.

3.2. Marco teórico

Para el desarrollo de esta propuesta investigativa también es importante mencionar al padre del marketing Philip Kotler debido a que las empresas objeto de este proyecto están enfocadas a la fabricación y comercialización del Sector Cosméticos y Aseo.

Según el profesor Philip Kotler estamos viviendo en un mundo donde surgen cambios drásticos, así mismo el pasa con el marketing a medida de que el entorno macroeconómico cambia también las necesidades de los consumidores, por esta razón el marketing como lo conocemos actualmente se está acabando, es por eso que recalca la importancia de que las empresas empiecen a evolucionar a algo más acorde a este tiempo. En uno de sus 10 principios claves del nuevo marketing este profesor afirma que el marketing es tan fundamental que puede afectar todos los procesos de una empresa, las decisiones tomadas desde el punto de vista del marketing afectan a los clientes, a los miembros de la empresa, a los colaboradores externos de la empresa.

Para realizar un proceso de marketing eficaz en una empresa es necesaria la intervención de 3 factores claves que influyen y llevan por buen camino este proceso como lo son: los clientes, la empresa y la red de colaboradores. Los avances tecnológicos han sido un instrumento factible que ha permitido que los consumidores puedan expresar con facilidad sus opiniones, sin embargo esta herramienta puede ser viable para la empresa donde la misma puede estar pendiente a las necesidades, exigencias y expectativas de sus consumidores potenciales.

La clave que Philip Kotler propone para que las empresas logren alcanzar el éxito radica en la autenticidad al diferenciarse de los demás y lograr que su marca tenga identidad propia lo cual se da a partir de la implementación de valores proyectados en la misión y visión de cada compañía las cuales transmitan satisfacción, rentabilidad, ser el mejor y marcar la diferencia. En la parte estratégica, las empresas deberán transmitir su misión a los consumidores de una manera que genere recordación donde pueda implementar tres elementos básicos: un personaje, un argumento y una metáfora, otra característica importante que debe tener esa visión es resaltar la importancia de que el poder está en

manos del consumidor. En cuanto al funcionamiento interno de la empresa, es decir, sus empleados es necesario que dichas empresas inyecten de los valores ya establecidos a cada uno de sus colaboradores y alcanzar una meta en conjunto.

En conclusión es necesario que las empresas de hoy en día vayan a la par con la evolución del marketing es necesario conocer la actualidad, sus cambios, sus nuevas exigencias porque como el mundo está tan globalizado estas tienden a variar con mayor facilidad y ante estos cambios tan bruscos es indispensable que una empresa este bien preparada.

3.3. Marco situacional

La industria cosmética latinoamericana es una de las que más crece a nivel mundial, con ingresos anuales que rondan los 80.000 millones de dólares y la meta de convertirse en el segundo mercado más importante después del asiático.

Hace doce años la industria cosmética de Latinoamérica era el equivalente a la tercera parte del mercado norteamericano, europeo y asiático, pero hoy es más grande que el primero, más o menos el 80 % del segundo y el 65 % del asiático, esta industria en América Latina tiene un mercado de 80.000 millones de dólares anuales, con aproximadamente 1,2 millones de empleos directos e indirectos y unas 4 a 5 millones de personas que generan ingresos a partir de la misma.

Teniendo en cuenta lo anterior se puede resaltar que el sector de Cosméticos y productos de aseo es un sector que ha mantenido un crecimiento constante durante los últimos años. A nivel mundial, el mayor porcentaje del mercado se lo lleva el sector cosmético con productos de cuidado personal, abarcando el 74.3% del mercado, mientras los productos de aseo y cuidado del hogar tienen el 25.7% del mercado, por otro lado en cuanto a comercio exterior, los productos que más han sido exportados son las preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, en cuanto a los productos de aseo, los detergentes se llevan el mayor porcentaje en la participación en las exportaciones.

La cadena de cosméticos y productos de aseo tiene gran importancia en Colombia por tratarse de un mercado potencial en el que se están desarrollando varios proyectos además, que ha tenido en los últimos años un desarrollo dinámico, después de la apertura, el flujo comercial empezó a desarrollarse positivamente tanto en importaciones como en exportaciones atrayendo inversionistas extranjeros. Las transformaciones en ciencia y tecnología han hecho que universidades y centros de investigación se acerquen al sector, para construir aportes en temas de innovación y patentes. De esta manera surgen nuevas competencias laborales que integren el sistema de formación, evaluación y certificación del recurso humano, y el sector educativo con la Industria permitiendo el desarrollo del individuo de acuerdo con sus competencias y una formación consecuente con los

requerimientos de las empresas. De acuerdo al Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología la mayor parte de los graduados relacionados con la cadena de cosméticos y productos de aseo están concentrados en los niveles de tecnología y pregrado, mientras que a nivel de posgrados existe baja oferta de profesionales sobre todo en lo referente a doctorados, siendo las áreas de biología, microbiología, química y afines donde se concentra la mayor cantidad de doctores. Grandes empresas se encuentran en el sector, tanto nacionales como extranjeras, el 80% del mercado lo tienen unas 20 empresas, es decir, hay una alta concentración. Y el 65% de la producción es hecha por multinacionales. Este es un punto a favor en el sentido de que se trata de inversión extranjera y de transferencia de tecnología y de conocimiento, dentro de los aspectos de comercio exterior se puede afirmar que ha presentado una balanza comercial positiva debido a las exportaciones han sido mayores a las importaciones. En conclusión el sector de cosméticos y productos de aseo ha sido identificado como uno de los sectores estratégicos del país y de la región por su acelerado crecimiento, dinamicidad y generación de empleo.

3.4. Marco legal

Para garantizar una viabilidad normativa para la ejecución del proyecto planteado en esta investigación, se debe regir a los requisitos legales y normativos para el sector cosméticos y aseos en Colombia actualmente. A continuación se desarrollaran las normas establecidas para los diferentes subsectores del Sector Cosméticos y Aseos.

- **Normatividad para productos de aseo, higiene y limpieza o productos de desinfección y esterilización :**

El sector Cosméticos y Aseo comprende productos para aseo, limpieza e higiene; estos productos requieren de implementación de técnicas de asepsia en cada uno de sus elementos de trabajo Según lo establece la resolución 2827 de 2006, por la cual se establece el reglamento de bioseguridad para todas las actividades con fines cosméticos.

- **Productos de higiene Domestica y productos de higiene personal:**

Los cuales pueden ser:

- Jabones y detergentes.
- Productos lavavajillas y pulidores de cocina.
- Suavizantes y productos para prelavado y pre planchado de ropa.
- Ambientadores.
- Blanqueadores y quitamanchas.
- Productos de higiene doméstica con propiedad desinfectante.
- Limpiadores de superficies.

Productos absorbentes de higiene personal (toallas higiénicas, pañales desechables, tampones, protectores de flujos íntimos, pañitos húmedos).

La Decisión 706 de 2008 estableció en su artículo 5° que: “Los productos a los que se refiere la presente Decisión requieren, para su comercialización y/o importación, de la Notificación Sanitaria Obligatoria (NSO) presentada ante la Autoridad Nacional Competente del primer País Miembro de comercialización.”

- **Que se entiende por NSO:**

“Es la comunicación en la cual se informa a las Autoridades Nacionales Competentes, mediante declaración jurada, que un producto regulado por la presente Decisión, será comercializado por el interesado.”

Tomado de: Artículo 2 – Decisión 706 de 2008.

- **Productos para higiene de manos:**

Productos cosméticos: este grupo comprende jabones o geles convencionales o antibacteriales que declaren propiedades cosméticas. Se encuentran catalogados como “Cosméticos para el aseo e higiene corporal” y se encuentran regulados por la Decisión 516 de 2002 de la Comunidad Andina de Naciones, CAN.

- **Invima**

El Instituto Nacional de vigilancia de Medicamentos y Alimentos es una entidad pública de orden nacional, de carácter científico y tecnológico, perteneciente al Sistema de Salud y adscrito al Ministerio de Protección Social.

El INVIMA ejecuta políticas formuladas por el Ministerio de Protección Social en materia de vigilancia sanitaria y de control de calidad de: medicamentos, productos biológicos, alimentos y bebidas, cosméticos entre otras. Cuyo objetivo son:

- Diseñar y desarrollar en Colombia el Sistema Nacional de Vigilancia sanitaria donde participen diferentes instituciones para cuidar la salud de todos los ciudadanos.
- Orientar a las entidades hacia la gestión del conocimiento, es decir, que se implemente cada día más estudios científicos e investigaciones.
- Promover la participación de todos los ciudadanos en los procesos de vigilancia sanitaria.
- Fortalecer cada una de las entidades para que cada día sean mejor.

En cuanto al tema del Sector Cosméticos y Aseo, el INVIMA tiene una rama denominada **Dirección De Cosméticos, Aseo, Plaguicidas y Productos de Higiene Domestica**, la cual busca estrategias e instrumentos para la adecuada ejecución de las políticas para la aplicación de las disposiciones legales vigentes en materia de vigilancia y control de los cosméticos, aseo, plaguicidas y productos de higiene doméstica, dicha dirección propone lineamientos y criterios técnicos del modelo de inspección, vigilancia y control bajo el enfoque de gestión de riesgo y coordinar y responder por su implementación técnica.

- **Ley 590 de 2000:**

Tiene como objetivo promover el desarrollo del micro, pequeñas y mediana empresas considerando sus capacidades de generar empleo para el país, el desarrollo regional y la integración entre sectores económicos. Promover mercados altamente competitivos mediante incentivos de capitalización de las micro, pequeñas y grandes empresas.

Es importante resaltar esta ley debido que en este proyecto investigativo se trabajará con las pymes de Pereira y Dosquebradas, las cuales deberán estar regidas a dicha normatividad para alcanzar un desarrollo favorable que genere competitividad frente a otros mercados apoyadas por entidades estatales importantes para el desarrollo y sostenimiento de estas pequeñas empresas como lo es el Consejo Superior de Microempresas conformado por : el Ministro de Desarrollo económico, Ministro de Agricultura y Desarrollo Rural, Ministro de

Trabajo y Seguridad Social, Ministro de Medio Ambiente, entre otras entidades relevantes, las cuales brindan apoyos a las pymes para su formación, desarrollo y crecimiento

3.5. Marco conceptual

- **Caracterización**

Según Bonilla, Hurtado & Jaramillo, la caracterización se define como un tipo de descripción cualitativa que puede recurrir a datos o a lo cuantitativo con el fin de profundizar el conocimiento sobre algo. Para cualificar ese algo previamente se deben identificar y organizar los datos; y a partir de ellos, describir (caracterizar) de una forma estructurada; y posteriormente, establecer su significado” (Bonilla, Hurtado & Jaramillo, 2009).

- **Capacidad de Producción**

Se entiende como las unidades relacionadas con el tiempo sea una maquina o una persona teniendo en cuenta que las dimensiones que se adoptan a la estructura económica sean las adecuadas para así tener un buen manejo en la producción, optimizando tiempo, costos, cantidad y espacios.

Teniendo en cuenta lo anterior, se puede decir que toda organización requiere de un sistema de producción como actividad principal como es la capacidad productiva ya que se considera una de las actividades fundamentales para lograr la reducción de costos; esto permite que la empresa tenga una grande oportunidad para lograr una ventaja y a su vez satisfaciendo las necesidades de los consumidores.

- **Viabilidad Inversionista**

En términos conceptuales la viabilidad Inversionista es la posibilidad de tener éxito en términos económicos, la viabilidad es la herramienta principal de un proyecto o empresa que desean instalar con el fin de recuperar en términos de capital o de tener alguna ganancia.

El propósito de la viabilidad inversionista es identificar las empresas que puedan aportar ventajas competitivas a la región y a su vez aprovechando las oportunidades que a largo plazo van a mejorar la situación de la empresa frente a sus competidores.

- **Subsector Cosméticos y Aseo.**

Según el programa de transformación productiva (PTP) este sector se divide en 3:

- cosméticos (maquillaje, artículos de aseo personal, color y tratamiento capilar)
- Artículos de aseo del hogar (detergentes, jabón de valar y demás productos de aseo del hogar)
- Absorbentes (productos de higiene personal como pañales, toallas, toallas higiénicas y tampones)

El sector de cosméticos y productos de aseo ha sido identificado como uno de los sectores estratégicos del país así como de los municipios de Pereira y Dosquebradas por su crecimiento, dinámica y generación de empleo.

Los productos cosméticos son definidos como aquellas preparaciones constituidas de sustancias naturales y sintéticas o sus mezclas, de uso externo en las diversas partes del cuerpo humano, con el objetivo exclusivo o principal de limpiarlo, perfumarlo, cambiar su apariencia y/o corregir olores corporales, y/o protegerlo o mantenerlo en buen estado.

De otra parte, los productos de aseo se clasifican en productos de uso personal y doméstico; y productos de uso industrial. Los primeros se definen como aquella formulación, cuya función principal es aromatizar el ambiente, remover la suciedad y cuidar los utensilios, objetos, ropas o áreas que posteriormente estarán en contacto con el ser humano.

Los productos industriales son definidos como aquella formulación cuya función principal es remover las impurezas y propender por el cuidado de la maquinaria industrial e instalaciones, centros educativos, hospitalarios, etc. Los productos de aseo se clasifican de acuerdo a la utilidad que presenten, encontrando así dos grandes clasificaciones: productos de uso doméstico y productos de uso industrial.

- **Ventaja competitiva**

Según Michael Porter la ventaja competitiva es la ventaja que tiene una compañía frente a otras compañías competidoras; se puede considerar que una empresa tiene ventaja competitiva cuando le da un valor agregado o haciendo algo diferente dentro del proceso tradicional ya sea en sus productos, servicio al cliente, menores costos o mejor ubicación geográfica, así las empresas se podrá defender de las fuerzas competitivas y mantener a los clientes.

En el mundo actual tener ventaja competitiva se vuelve relevante a la hora de aumentar la productividad y participación en el mercado; en el sector de Cosméticos y aseo la ventaja competitiva es de gran importancia para que las PYMES puedan generar mayor capacidad productiva y a su vez poder competir y sostenerse en el mercado.

5. Desarrollo de la investigación

5.1. Análisis externo

Se puede afirmar que el sector de cosméticos y aseo es un sector en crecimiento, lo que lo hace un sector fuerte para competir en mercados nacionales e internacionales y como se ha explicado anteriormente es un sector potencial en el cual se están desarrollando varios proyectos, tales como la apertura de un portal del sector que busca identificar oportunidades de negocio; el desarrollo del estudio de Previsión Tecnológica con el objeto de definir las tendencias y apuestas productivas del sector; el estudio de factibilidad de un Centro de Desarrollo Tecnológico; la articulación entre distintos eslabones de la cadena, que buscan afianzar el sector en nuestro país.

- El consumo per cápita de productos de cosméticos del país alcanzó los US 79,8 cifra que supera a países como Perú (US\$ 74,9), y representa un tercio del consumo de países como Estados Unidos y Francia.
- Creciente participación de las mujeres en el mercado laboral. El mercado laboral está compuesto en un 54% de mujeres. la segunda fuerza laboral femenina más alta de la región.
- En Colombia el número de mujeres gerentes excede a países de Latinoamericanos y algunos países desarrollados como Canadá, Reino Unido, Alemania, Japón y Francia.
- El consumo por parte de los hombres y adolescentes viene creciendo. Se espera que en 2016, este mercado participe con el 22% de la torta.
- Disponibilidad de mano de obra calificada para la investigación y producción con más de 140.000 profesionales y técnicos disponibles para el sector de cosméticos y artículos de aseo.

- Existencia de más de 300 empresas de empaques para cosméticos.
- Colombia hace parte de los 17 países mega-diversos del mundo y cuenta con la mayor biodiversidad por kilómetro cuadrado, posicionándose como potencia global en biodiversidad y bienes naturales. Alberga alrededor del 10% de la biodiversidad del planeta y el 7% de la selva amazónica a pesar de representar el 0,7% de la superficie continental mundial.
- En los últimos 4 años la dinámica de exportación de cosméticos desde Colombia ha sido positiva, registrando un crecimiento promedio anual del 6,9% desde 2010. Las exportaciones de Colombia representan el 10,5% de las exportaciones totales de América Latina y el Caribe.

El sector de cosméticos y productos de aseo está adquiriendo nuevos retos tanto tecnológicos como de mercado, ahora el consumidor demanda productos con mayor desarrollo y calidad, esperando beneficios a corto plazo. Se observa mayor interés por productos como las entidades, se estima que tendrán un crecimiento del 30% a nivel mundial, y se habla de un consumo creciente de los ingredientes de origen natural.

6. Diseño metodológico

6.1. Tipo de investigación

La presente investigación tiene un alcance de tipo descriptivo en la medida que permitirá identificar y describir la capacidad productiva de las pymes del subsector cosmético y aseo a través de la caracterización administrativa, operativa y comercial para validar las oportunidades de inversión extranjera o nacional.

6.2. Diseño de investigación

En cuanto al diseño, se ha fijado de tipo Cuantitativo-no experimental,-transaccional en la medida que los investigadores no influirán en los resultados; por lo cual se realizara un cuestionario que de tal manera permitirá analiza y describir como están dichas empresas en cuanto a este fenómeno donde los datos se recolectaran en un único periodo de tiempo.

6.3. Población y muestra

Para el desarrollo del trabajo investigativo se van a tener en cuenta las PYMES sector cosmético y aseo las cuales están inscritas ante la Cámara y Comercio en los municipios de Dosquebradas y Pereira que tengan número de personas entre 3 y 30 empleados.

Por lo anteriormente mencionado se ha decidido no hacer muestreo teniendo en cuenta que la población determinada es pequeña y por tanto se tomara en su totalidad.

Se hace un censo a todas se encuestan. Se trabajara con la totalidad de las empresas, dado que es un número significativo para el estadio de las variables de la investigación con una mínima probabilidad de error

7. Resultados

A. Información general de la empresa:

Las empresas encuestadas son en un 50% fábricas y comercializadoras de productos cosméticos y el 50% restante son fábricas y comercializadoras de jabones.

A partir de las encuestas realizadas a las empresas de sector se puede evidenciar que en su totalidad cuentan con una presencia en el mercado en un promedio de 6 años. Los resultados arrojaron que el 83.33% de las empresas pertenecen al tipo de sociedad SAS (Sociedad de Acciones Simplificadas) y el 16.67% pertenecen al tipo de sociedad SA (Sociedad Anónima) y estas empresas cuentan con un promedio de 7 empleados en los cuales el 50% no pertenecen a ningún grupo especial, el 33.33% pertenecen al núcleo familiar y el 16.67% de las empresas trabajan especialmente con mujeres cabeza de familia.

Se identificó que el nicho de mercado principalmente en este sector se representa de la siguiente manera: en un 66.67% vende a personas particulares y comercializadoras, y el 33.33% restante pertenece a las ventas realizadas a las distribuidoras.

B. Infraestructura:

En cuanto a la infraestructura de las empresas del sector se pudo evidencia que dichas empresas trabajan con aproximadamente entre 3-9 equipos para realizar sus producciones identificadas: marmita industrial, homogeneizador, agitador, embazador semi-automática, biscometro, pH metro y balanzas de precisión. Se identificó que el área con el que las empresas cuentan para realizar su producción oscilan entre los 7 y 65 metros cuadrados, identificamos que en la ciudad de Pereira y Dosquebradas hay empresas con mayor capacidad que otras, con una capacidad productiva en un 50% de las empresas de 220 unidades por año, representadas en una ventas totales a 5 años aproximadamente en \$24.000.000 y el 50% restante de las empresas contando con una capacidad productiva de aproximadamente 16 toneladas anualmente, representadas en una ventas totales a 5 años aproximadamente en \$494.000.00.

La aplicación de este instrumento permitió conocer el poco interés de las empresas del sector de invertir donde solo el 50% de las empresas han invertido en actividades de innovación, el 50% de las empresas han invertido en actividades de marketing, y el 0% de las empresas han realizado inversiones en actividades de talento humano.

C. Relación de confianza en la cadena de valor, en términos de las relaciones de transacción con los principales compradores y proveedores.

- Teniendo en cuenta los resultados obtenidos se puede evidenciar que el 66,67% del total de las empresas del sector tienen en promedio 187 compradores.
- Las encuestas arrojaron que, para los compradores principales, el porcentaje de la producción adquirida menor de 50% está representado en el 75% del total de las empresas del sector, lo que quiere decir que el 25% restante adquieren una producción entre el 50% y el 80%; que la mayoría de los compradores están ubicados en la región; que el precio de venta de sus productos lo determina el mercado en un 41,67%, la empresa determina el precio en un 50% y los compradores en un 8,33%. La frecuencia con la cual se relaciona con los compradores es en un 41,66% varias veces al año, y el 58,34% restante constantemente; el tiempo durante el cual se han relacionado con los compradores es en un promedio de 3 años, con una forma de relación de pedidos permanentes contando con una referencia de confianza moderada y a su vez los compradores le brindan a la empresa información como: especificación de productos e información del mercado.
- Según los resultados adquiridos se puede concluir que las empresas del sector cuentan en promedio con 4 proveedores.
- Según la información recopilada en la investigación los criterios de selección que tienen en cuenta las empresas del sector para elegir a sus proveedores son en su mayoría; calidad, tiempo de entrega y garantía; la mayoría de sus proveedores están ubicados en Colombia; la frecuencia con la cual se relaciona con los proveedores es en un 50% constantemente, el 33,33% varias veces al año, y el 16,67%

esporádicamente; el tiempo durante el cual se han relacionado con los proveedores es en un promedio de 4 años, con una forma de relación de pedidos del 66.67% pedidos permanentes y 33.33% pedidos esporádicos, cuentan con una relación directa, en su mayoría la empresa misma es la que desarrolla los estándares de calidad, contando con una referencia de confianza moderada y a su vez los proveedores le brindan a la empresa información como: especificación de productos.

D. Innovación y Mejoramiento

- La encuesta arroja que el 66,67% de las empresas del sector han hecho mejoras en sus productos, estas empresas han realizado cambios en sus productos en cuanto a: materiales, diseño y empaque; del 66,67% de las empresas que han realizado cambios a sus productos solo el 33,33% lo han hecho una vez, mientras el 16,67% lo han hecho 2 veces y el 50% restante lo han hecho 3 veces durante los últimos 5 años. Las empresas que han mejorado los productos han obtenido mejor productividad y por ende una utilidad mayor. La razón por la cuales estas empresas han tomado la decisión de mejorar sus productos fue: el 50% por la competitividad y el otro 50% por nuevos mercados y demanda; de los cuales fueron invertidos entre el 6% y el 9% del total de los costos para el mejoramiento e innovación de los productos.
- Según la información recolectada el 50% de las empresas han realizado mejoramiento a sus procesos en cuanto a: cambios en práctica de marketing, nuevos diseños, estándares de calidad, equipos, maquinaria, logística y en lo administrativo; de las cuales el 33,33% de las empresas solo han tenido 2 cambios y el 16,67% solo ha hecho 1 cambio durante los últimos 5 años, las empresas que han mejorado sus procesos han obtenido mejor productividad y por ende una mayor utilidad; La razón por la cual estas empresas han tomado la decisión de mejorar sus procesos fueron por: demanda, competitividad, nuevos mercados, optimización de recursos, eficiencia y reducción de costos. Donde el 16,67% de las empresas ofreció asesorías y recursos financieros de lo cual fue invertido entre el 1% y 6%

del total de los costos, mientras el 50% restante no hizo ningún tipo de mejoramiento en sus procesos.

- Los resultados de la encuesta fueron: que el 50% de las empresas del sector realizaron mejoramiento a sus áreas operativos o funcionales en cuanto a: actividades logísticas, procesos gerenciales, cambios de posición en la cadena de valor, estrategia de mercado y nuevas actividades desarrolladas; la razón por la cual la empresa realizo cambios por la competitividad, nuevos mercados, ingresos y utilidad. El 33,33% de las empresas ofreció asesoría técnica contando con una inversión del 3-9% total de los costos.

E. Trabajo en redes, conocimiento y habilidades

- A partir de los resultados obtenidos en las encuestas se puede demostrar que dos de las seis empresas encuestadas han participado en asociaciones o instituciones en los últimos 5 años, así mismo que tan solo 2 empresas han asistido a actividades del sector como conferencias, misiones, congresos, etc. La cual una cuenta con un total de 10 asistencias y la otra de 2 en los últimos 3 años, que su participación en programas de desarrollo con universidades o institutos de investigación ha sido muy poca ya que solo dos empresas han participado en programas de práctica y pruebas pilotos y tan solo una ha participado en programas de práctica, pruebas piloto e investigación; las cuales han sido enfocadas en temas químicos farmacéuticos y médicos y medición de huella de carbono; que las empresas en su mayoría nunca contactan a otras entidades para la solución de sus problemas, ni siquiera en casos críticos, y por último se puede concluir que de las 6 empresas las mimas dos mencionadas anteriormente son las únicas que han realizado entrenamientos en el desarrollo de las habilidades la cual una cuenta con un total de 3 participaciones equivalentes a producción y marketing y con necesidad de capacitación en mercadeo, y la otra cuenta con 11 participaciones en bienestar, ventas, mercadeo y manejo de software con necesidad de capacitación en estructura organizacional.

F. Enfoque Asociativo

- Teniendo en cuenta los datos arrojados por las encuestas se evidencia que el 66,67% de las empresas encuestadas califica la dinámica de la cadena y su proyección de crecimiento en los últimos 5 años como muy dinámica con perspectiva creciente, mientras que el otro 33,33% lo califica como estable con perspectiva a mejorar; se ha identificado que los factores claves de éxito que más influyen en el 50% de las empresas son: Plataforma ambiental, talento humano regional, investigación y desarrollo, tecnología e innovación del producto, tecnologías e innovaciones administrativas y funcionales, mercadeo y comercialización y sistemas de gestión; mientras que el otro 50% tiene opiniones más variables; así mismo que las principales barreras u obstáculos para el negocio han sido investigación y desarrollo, financiación de inversiones y mercadeo y comercialización para el 66,67% del total de las empresas encuestadas; que el 83,33% de las empresas no ha identificado proyectos de valor agregado a la actividad desarrollada a excepción del 16,67% que si los ha identificado en áreas de salud, bienestar y servicio; que la calificación que dan las empresas sobre la dinámica de las inversiones es muy variada ya que el 33,33% de ellas opina que ésta ha sido muy dinámica con perspectiva creciente, el otro 33,33% dice que es estable con perspectiva a mejorar y el 33,33% restante concluye que la dinámica de las inversiones recientes en el sector es estable con perspectiva a desmejorar; así mismo se deduce que la mayoría de empresas califican el grado de relacionamiento y compenetración entre los actores de los distintos eslabones de la cadena como Medio, interesándose a casi todas las empresas la gestión de alianzas estratégicas para mejorar la competitividad de la cadena.

8. Conclusiones

Colombia es el quinto mercado en artículos cosméticos y aseo en Latinoamérica, cuenta con una de las biodiversidades más admiradas a nivel mundial, posicionándose como potencia global en biodiversidad y bienes naturales. Ciudades como Pereira y Dosquebradas cuentan con una posición geográfica privilegiada por pertenecer al eje cafetero donde se pueden encontrar diferentes especies de fauna y flora las cuales son consideradas las materias primas fundamentales para el Sector Cosméticos y Aseo.

A partir de lo anteriormente mencionado y teniendo en cuenta los resultados obtenidos por medio de las encuestas realizadas a las empresas del sector, se puede identificar que en la ciudad de Pereira y municipio de Dosquebradas hay poca presencia de empresas dedicadas a la fabricación de productos cosméticos y artículos de aseo. Por otro lado las empresas del sector no tienen el interés de apostarle a las actividades de I+D, Marketing y desarrollo del talento humano, las cuales se consideran importantes para generar valores agregados a sus productos o procesos productivos que impulsen al mejoramiento en términos competitivos en las empresas, logrando beneficios como: diversificación del producto, diferenciación del producto, satisfacción de las necesidades de los consumidores, desarrollo de mercados e incremento de la ventaja competitiva entre otros.

Por consiguiente cabe resaltar que las empresas del sector cuentan con aproximadamente 4 proveedores, lo cual puede representar un obstáculo para el cumplimiento efectivo de su producción, es decir, que teniendo en cuenta que la mayoría de proveedores están ubicados fuera de la región y en dado caso algún proveedor llega a incumplir en su parte de la entrega de materias primas en el tiempo estipulado, la empresa puede incumplir en la entrega de sus productos y así perder clientes, es por eso que se sugiere contar con proveedores sustitutos los cuales puedan suministrar los mismos materiales que los proveedores principales para así evitar tropiezos en el buen funcionamiento de las actividades productivas de la empresa logrando fidelizar clientes potenciales.

Las empresas del sector deben tener en cuenta la realización mejoras en cuanto a productos, procesos y áreas operativas o funcionales debido a que las exigencias del mercado varían, permitiendo así que siempre estén actualizadas, aumentando la satisfacción de sus clientes y creando una buena imagen corporativa sobre su competencia. Al implementar dichas mejoras las empresas aumentan su eficiencia, eficacia y efectividad; es decir, abarca nuevos mercados, mejora su competitividad, disminuyen los costos de producción, aumenta los ingresos y a su vez aumenta la utilidad.

Es importante que las empresas desarrollen trabajo en redes, conocimiento y habilidades, es decir, que tengan presencia en actividades del sector, como misiones, congresos, conferencias, etc. así mismo en programas de desarrollo y de entrenamiento de habilidades; todo esto con el fin de llevar a la empresa a otro nivel, dándola a conocer en el mercado nacional e internacional y capacitando a las personas que hacen parte de ella para así lograr mejoras en el proceso productivo y a su vez llevar al cliente un mejor producto final. La región cuenta con la presencia de uno de los principales eventos de emprendimiento llamado expo camello, el cual cuenta con una trayectoria que supera los 10 años y permite a través de la metodología de acompañamiento integral intensivo formar emprendedores competentes con visión empresarial.

A partir de la información recopilada se evidenció que dichas empresas cuentan con una infraestructura entre 7 y 65 metros cuadrados de área y entre 3 y 9 equipos y maquinarias, es decir, que su capacidad productiva es óptima debido a que logran cumplir con los pedidos establecidos por sus clientes. En el caso de empresas como NATIVA SAS donde la capacidad productiva es tan amplia que alcanza a realizar su propia producción y realizar procesos de outsourcing.

En temas de carácter asociativo se puede decir que las empresas cuentan con el interés de participar en proyectos como: investigación y desarrollo, innovación, emprendimiento y comercialización para mejorar el productos, aumentar la competitividad, garantizar la sostenibilidad de la empresa y para adquirir oportunidades en nuevos mercados, las empresas en su mayoría están dispuestas a realizar estas asociaciones con las empresas del

mismo sector y distribuidores internacionales, brindando estabilidad y posicionamiento en un futuro.

A partir de lo anteriormente mencionado se concluye que las oportunidades de inversión extranjera o nacional a través del análisis de la capacidad operativa y comercial establecida en esta investigación es viable debido a que las empresas cuentan con una capacidad productiva estable y con proyección a mejorar además la región en la cual se encuentran ubicadas cuenta con los recursos naturales necesarios para la realización de sus productos con los estándares de calidad requeridos por las leyes nacionales. Por otro lado la región cuenta con institutos gubernamentales como el SENA especializados en la capacitación del talento humano y Universidades como la Universidad Tecnológica de Pereira que cuenta con semilleros de investigación en biodiversidad útiles para el mejoramiento del sector.

Después de la realización del trabajo de campo se identificó que algunas empresas del Sector Cosméticos y Aseo en la Ciudad de Pereira y Dosquebradas son poco participativas a la hora de la realización de proyectos que en un futuro puedan ser útiles para el crecimiento de su mercado, es importante motivar a las empresas para que apoyen este tipo de proyectos, y así poder obtener unos resultados más precisos.

9. Agradecimientos

A la Cámara de Comercio de Pereira por su colaboración en la consecución del directorio de las empresas del sector que fue fundamental para la implementación del instrumento de este proyecto investigativo.

A la empresa Nativa S.A.S por su valiosa colaboración y hospitalidad en la realización de la encuesta brindando la información pertinente, completa y necesaria la cual fue útil para la elaboración del proyecto investigativo. A las Docentes encargadas del proyecto por haber brindado la asesoría adecuada para la realización de este proyecto investigativo.

BIBLIOGRAFÍA

<http://www.gestiopolis.com/capacidad-del-sistema-de-produccion-conceptos-generales/>

<http://psicologiayempresa.com/el-talento-humano-y-las-competencias-conceptos.html>

www.sena.edu.co

<http://www.andi.com.co>

<http://red.uao.edu.co/bitstream/10614/2868/1/TMD00851.pdf>

www.fenalco.com

www.minicit.gov.co

<https://www.ptp.com.co>

<http://www.procolombia.co>

<http://www.almamater.edu.co/sitio/Archivos/Documentos/Documentos/00000662>

<http://pyme.lavoztx.com/cuatro-funciones-de-la-logstica-de-comercializacin-5841.html>

<http://www.definicionabc.com/economia/inversiones.php>

<http://www.definicionabc.com/economia/viabilidad.php>

<http://www.colombiacompetitiva.gov.co/sncei/Documents/Conpes-3527-de-2008.pdf>

[http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13044523file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/ubikatesectorcosmeticos%20\(1\).pdf](http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13044523file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/ubikatesectorcosmeticos%20(1).pdf)

<http://www.cohep.com>

<http://www.5fuerzasdeporter.com>

<http://www.crecenegocios.com>

<http://www.ucn.edu.co/>