

Universidad	Universidad Católica de Pereira
Programa Académico	Negocios Internacionales
Nombre del Semillero	Semillero de Negocios Internacionales
Nombre del Tutor del Semillero	Viviana Mejía
Email Tutor	viviana.mejia@ucp.edu.co
Título del Proyecto	Necesidades de Inversión Extranjera en el Sub Sector Aseo en las MIPYME's de la ciudad de Pereira
Autores del Proyecto	Luisa María Antia Londoño Laura Cardona Charry
Ponente (1)	Luisa María Antia Londoño
Documento de Identidad	1088320602
Email	luisa.antia@ucp.edu.co
Ponente (2)	Laura Cardona Charry
Documento de Identidad	1088332998
Email	laura.charry@ucp.edu.co
Teléfonos de Contacto	3176588377-3122102725
Nivel de formación de los estudiantes ponentes (Semestre)	9° Semestre
MODALIDAD (seleccionar una- Marque con una x)	PONENCIA <ul style="list-style-type: none"> • Investigación Terminada
Área de la investigación (seleccionar una- Marque con una x)	<ul style="list-style-type: none"> • Ciencias Sociales

NECESIDADES DE INVERSIÓN EXTRANJERA EN EL SUB-SECTOR ASEO EN LAS MIPYMES DE LA CIUDAD DE PEREIRA.

¹Luisa M^a Antía Londoño, Laura Cardona Charry

¹ Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa de Negocios Internacionales, Universidad Católica de Pereira, Av. Las Américas No 49-95, Pereira, Colombia
Correos electrónicos: luisa.antia@ucp.edu.co; laura.charry@ucp.edu.co

Resumen

Este artículo se logró desarrollar mediante el método de investigación inductivo, descriptivo y cualitativo, implicando el acercamiento a fenómenos sociales, en este caso, fenómenos socio económicos, como las necesidades de inversión extranjera de las micro, pequeña y mediana empresa del sub sector aseo de Pereira; clasificándolas por actividades las económicas realizadas como son la comercialización, distribución y producción de artículos de limpieza, inscritas con el código CIU C2023 ‘‘Fabricación de jabones y detergentes preparados para limpiar, pulir, perfumes y preparados de tocador’’, en la Cámara de Comercio de Pereira para el año 2016. Después de su respectiva clasificación, se realizó una encuesta que incluía preguntas generalizadas acerca del sector como instrumento de recolección de información. Entre los principales hallazgos, se identifica que la principal actividad realizada, en su mayoría, con un porcentaje representativo del 50%, es la comercialización de productos, seguido por el 37,5% fabricación y el 12,5% distribución. Las MiPymes únicamente abarcan el mercado regional con 71,4%, mercado nacional un 28,6%, y ningún mercado internacional, pero el 57,1% de la empresas tienen como objetivo llegar a este último. Las Mi pymes del sub sector aseo de Pereira tienen el potencial para crecer y estabilizarse en el mercado, pero identifican como gran falencia de inversión extranjera la falta de promoción de los productos, falta de capacitación en innovación, maquinaria y tecnología, para empezar a crear productos propios con valor agregado o a bases naturales, que implican mayor elaboración, haciendo así difícil, el cumplimiento del objetivo de competir en el sub sector aseo a nivel internacional propuesto por el programa de transformación productiva PTP.

Palabras Clave— Inversión extranjera, Mi Pymes, Subsector aseo, Necesidades, Pereira.

1. Introducción

La inversión extranjera es de suma importancia tanto en el desarrollo económico de un país como en el de sus sectores económicos. Por esta razón, la presente investigación gira en torno a identificar cuáles son las necesidades de inversión extranjera que tienen las Mi Pymes dedicadas a la comercialización, distribución y producción de productos que hacen parte del subsector de aseo en la ciudad de Pereira, para lo cual es necesario revisar antecedentes de investigaciones similares en ésta área.

Para identificar las necesidades de esta índole, después de la revisión de antecedentes, se planteará un problema u objetivo de investigación y posteriormente, se hará una revisión teórica, histórica y contextual de las determinantes que generan contingencias y necesidad de inversión extranjera en las Mi Pymes de la ciudad de Pereira.

Se necesitará buscar la incidencia de la estrategia de apertura económica implementada por Pereira en el comportamiento de las comercializadoras y productoras de productos de Aseo en Pereira, lo cual brindará hallazgos sobre la importancia de la inversión extranjera y su aporte en el desarrollo económico de éste subsector.

Con los datos expuestos, al final de la investigación se presentará de manera clara y concisa las conclusiones que brindarán elementos clave para responder a la pregunta de investigación.

2. Planteamiento del problema

Esta investigación se desarrollará a partir de la pregunta: ¿Cuáles son las necesidades de inversión extranjera en el sector cosmético y aseo, subsector Aseo en las pymes de la ciudad de Pereira? Propuesta en el marco del desarrollo económico y productivo del programa de transformación productiva de Colombia; esto con el fin de incentivar a la industria pereirana a participar en el mercado internacional, más específicamente en los sectores de clase mundial.

3. Justificación

La investigación sobre las necesidades de inversión extranjera en el subsector aseo en las PYMES de la ciudad de Pereira es pertinente puesto que “Colombia es el quinto mercado de cosméticos y artículos de aseo en Latinoamérica” (Procolombia, 2015) y por ende, se hace necesario y conveniente que la PYMES de la ciudad de Pereira tengan una mayor representación en el mercado de este subsector y esta se puede obtener por medio de la inversión extranjera en dichas empresas. Además un gran número de empresas extranjeras han escogido a Colombia como un destino altamente potencial para sus inversiones, es por esto que la investigación se considera oportuna ya que la ciudad de Pereira cuenta con un alto potencial en talento humano, ubicación geoestratégica y capacidad productiva en el sector.

Esta investigación es novedosa ya que permitirá a las PYMES de la ciudad de Pereira y a quienes interese, conocer acerca de la importancia de este sector para el desarrollo de las empresas aseo en el territorio y cómo lograr exteriorizar los productos locales y obtener ganancias de los mismos, generando un análisis sobre las necesidades para atraer las inversión extranjera a la región.

El subsector de aseo ha resultado prometedor para Colombia en gran número de sus departamentos y ciudades; a tal punto de convertirlo en uno de los principales proveedores de la región y mostrando a su vez un crecimiento sostenible desde el momento de la elaboración del producto como en las ventas del mismo; además, debido al diferenciador que Colombia tiene frente a sus competidores en este sector en cuanto a calidad y utilización de productos naturales, representa un sector con gran potencial para la industria colombiana en general. Aun así, este no ha sido el caso de la ciudad de Pereira, puesto que sus empresas no han aprovechado las ventajas que el país tiene sobre el sector; es por esto que todo el proceso investigativo enfocado a la obtención de inversión extranjera en las

Pymes en el subsector aseo es importante, pues permitirá que las empresas

Pereiranas se enteren de la viabilidad de este sector como nueva idea de negocio y opten por nuevas alternativas que generarían nuevas fuentes de ingresos tanto para la ciudad como para el país, teniendo en cuenta que es relevante debido a que en los últimos años el país ha demostrado una evolución y crecimiento positivo en dicho sector, aumentando de esta manera la participación de nuevos productos y empresas en el mercado nacional y extranjero.

Según estudios realizados por parte de Procolombia las ventas del sector de cosméticos y productos de aseo en el país crecieron a una tasa de 7,2% entre 2000 y 2014, y se espera que a 2018 el sector alcance un crecimiento promedio anual de 5,7% frente a 2014.

De acuerdo a lo anterior esta investigación se considera viable puesto que Pereira tiene la posibilidad de mantener esta tendencia de crecimiento y participación en el subsector aseo y que además, gracias a la inversión extranjera, muchos empresarios y pymes de la ciudad tendrán más oportunidades de crecimiento pues la industria de aseo y cosméticos se ampliaría y permitiría a largo plazo que la ciudad se fortaleciera y especializara en el sector generando ventajas sobre la competencia.

La utilidad de la elaboración de este trabajo de investigación se enfoca en la capacidad de fortalecer al sector, pudiendo brindar bases para la innovación, posicionamiento nacional, producción y distribución. Creando un apropiado uso de la información por parte de las empresas de la ciudad de Pereira, con el fin de aumentar todo tipo de ventas e inversiones directas al sector.

4. Objetivo general

Establecer las necesidades de inversión extranjera en el sub sector de aseo de la ciudad de Pereira.

5. Objetivos específicos

1. Caracterizar el subsector de aseo según el programa de transformación productiva (PTP)
2. Identificar las Pymes del sub sector aseo en la ciudad de Pereira
3. Determinar las necesidades de inversión extranjera de las Pymes del sub sector aseo de la ciudad de Pereira.

6. Referente Teórico

El Neoliberalismo y la intervención directa de los estados como entes reguladores del mercado de los países en el siglo XVIII (especialmente en países europeos), beneficiaban directamente a la burguesía y a los estados que seguían siendo gobernados por las monarquías concentrándose allí el poder de tomar las decisiones de tipo socioeconómico de los países. No existía la libertad total del individuo que le permitiese ser autónomo y gozar

de la libertad de elegir. Sin embargo, a finales de este siglo la revolución industrial se expandió rápidamente desde Gran Bretaña hacia el resto del mundo logrando un cambio en el pensamiento económico de la época que se vería reflejado en la primera mitad del siglo XIX.

Para el siglo XIX el liberalismo –pensamiento encabezado por los teóricos Adam Smith y David Ricardo- le dio la oportunidad de elección al individuo; en este siglo el mercado se regía por sí mismo y la intervención del estado en los asuntos de origen económico era nula. El estado cumplía otras obligaciones al margen de lo que ocurría en el mercado y este actuaba como lo proponía Adam Smith con la división del trabajo (Smith, 1776)

A pesar de que la especialización del trabajo representó un cambio en el curso de la economía mundial, los países fueron más eficientes para la producción industrial y las materias primas, representando ganancias mayores para los países que aún poseían colonias y lograban explotar los recursos de estas.

Los gobiernos de los países lograron desarrollar políticas que se aprovecharan para estimular el crecimiento de las economías internas y al mismo tiempo se tuvieron en cuenta las capacidades de la sociedad para ayudar a acelerar la economía. Ya no se trataba tan solo del mercado sino también de la importancia del individuo para que en conjunto se desarrollen y se satisfagan las necesidades de ambos. Es así como la competitividad juega un papel importante para amenizar el mercado

La competitividad logró que se resaltaran algunos sectores de la economía especializados en las diferentes dinámicas de producción. Aquellos sectores que eran y siguen siendo óptimos en la actualidad para competir en el mercado internacional. Estos sectores son denominados Sectores de clase mundial siendo:

“Sectores que tienen una alta demanda en la economía global que tienen oportunidad de crecimiento. Se definieron 8 sectores para liderar el fortalecimiento dentro de dos áreas; La primera se llama Más y mejor de lo bueno, bajo estándares de clase mundial y en este se encuentran los siguientes sectores: Autopartes, Industria Gráfica, Energía Eléctrica, Bienes y Servicios Conexos, Textiles, Confecciones, Diseño y Moda. La segunda se denominó Nuevos y Emergentes (clase mundial) y se encuentran los siguientes sectores: Servicios tercerizados a distancia (BPO&O), Software y Servicios de TI, Cosméticos y Artículos de Aseo y Turismo de Salud.

Esta iniciativa busca mejorar la competitividad de Colombia, aprovechando las oportunidades de la economía global y cambiar nuestra oferta exportable, logrando un crecimiento de empleo y un crecimiento económico. (El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MCIT, 2010)

La inversión extranjera directa es un pilar fundamental en el desarrollo de la presente investigación, es por esta razón que se hace necesario profundizar un poco más en el tema y describirlo a partir de modelos teóricos propuestos a lo largo de la historia.

En Colombia, la inversión extranjera directa es considerada como la inversión de capital externo dentro del territorio colombiano, incluidas las zonas francas colombianas, por parte de no residentes de Colombia. (Banrep, 2012). Estas incluyen todo tipo de transacciones o movimientos ya sea producto de importaciones, exportaciones y de más.

El concepto de inversión extranjera es un derivado de múltiples teorías económicas. La primera y de gran relevancia es la teoría neoclásica, esta señala que la inversión extranjera directa se presenta como una consecuencia de los diferenciales entre los países de las tasas de retorno del capital es decir, las inversiones extranjeras son vistas como parte de un todo más general de movimiento de capitales internacionales. (Torres, 2002). Uno de los cuerpos teóricos básicos comúnmente recurridos para la explicación del destino de los flujos de capital, las teorías tradicionales de comercio internacional, como enfoque aislado, podría no constituir el marco más idóneo para el estudio de la localización de la inversión extranjera al no contemplar aspectos como las diferencias en productividad, el efecto del capital humano o las infraestructuras, y considerar exclusivamente las diferencias salariales relativas fruto de la dotación factorial. (Villareal, 2004)

En vista de la necesidad de determinar un nuevo modelo que enmarcara las características de la inversión extranjera, surge la teoría ecléctica o paradigma de OLI, formulado por Dunning en el año 1977. En esta teoría Dunning se encargó de recopilar todos aquellos factores y condicionantes que estarían determinando la localización de actividades productivas de carácter internacional dentro de un contexto propio de teorías de empresas multinacionales, y sin tener que recurrir a marcos conceptuales más generales. (Villareal, 2004). Dunning se refería en esta teoría a las ventajas de ubicación para aprovechar todos los recursos y activos que provengan de determinado lugar en el extranjero.

Este autor construyó su teoría a partir de tres criterios fundamentales (ownership, locational and internationalization) de los cuales a partir de sus correspondientes siglas surge su nombre de paradigma “OLI”.

La primera condición hace referencia para que una empresa decida invertir en el exterior debe tener una ventaja específica sobre sus contrapartes en el país receptor; la segunda el país receptor de la inversión debe tener ventajas específicas. La tercera tiene relación con la teoría de la internalización, según la cual la empresa transnacional decide sustraer del mercado ciertos activos intangibles e invertir en el extranjero en vez de transferirlos. Según Dunning, si una empresa quiere invertir en el extranjero deben cumplirse las tres condiciones, en caso contrario la exportación constituye la segunda opción para servir los mercados del exterior. (Borges, 2001)

Dada esta necesidad de expansión y de inversión extranjera, da la creación a nivel local de las pequeñas y medianas empresas que satisfacen de manera local. Las pequeñas y medianas empresas actualmente son consideradas como el sector más productivo de las economías, tanto los desarrollados como en vía de desarrollo generan un gran nivel de significancia por su diversificación, producción y aporte a la economía propia del país, teniéndolas en un nuevo marco internacional el cual “se ha caracterizado por una interrelación cada vez más estrecha de los factores de producción, sumado a una veloz y dinámico cambio tecnológico, conformando una situación académica y empresarial” (Gelmetti, 2006)

7. Metodología

El método con el cual se desarrollará la investigación es el Método inductivo: La inducción es ante todo una forma de raciocinio o argumentación. Por tal razón conlleva un análisis

ordenado, coherente y lógico del problema de investigación, tomando como referencia premisas verdaderas. Tiene como objetivo llegar a conclusiones que estén “en relación con sus premisas como el todo lo está con las partes. A partir de verdades particulares, concluimos verdades generales”. Lo anterior señala que fundamentalmente la inducción, a pesar de tener como referencia premisas verdaderas, podrá llegar a conclusiones cuyo contenido es más amplio que el de las premisas desde las cuales inicia el análisis de su problema de investigación. De este modo, el argumento inductivo se sustenta en la generalización de propiedades comunes a casos ya observados. (Mendez, 1995, pág. 144).

La investigación se desarrollará dentro del tipo cualitativo, lo cual implica que exista un acercamiento a los fenómenos sociales, en este caso de investigación son fenómenos socio económicos por parte de los investigadores, participando del mundo del grupo sociales investigado (las microempresas del sub sector aseo de Pereira). En esta perspectiva, los investigadores realizamos un papel fundamental en la recolección de información, pues de nosotros, depende gran parte de la forma como se acercan a la realidad y pueden tomar de ella datos. El objetivo es la descripción de las cualidades de un fenómeno, se trata de encontrar las características que en conjunto son comunes en una realidad, mas no dan conocimiento respecto de cuánto tienen una cualidad determinada; es decir, aquello que cualitativamente permite distinguir el fenómeno investigado de otros.

Los métodos cualitativos parten de un acontecimiento real acerca del cual se quieren construir conceptos. Para ello se observan los hechos y se describe la realidad en la cual se busca involucrar. La meta es reunir y ordenar las observaciones en algo comprensible, configurar un concepto acerca del fenómeno que se quiere conocer.

8. Resultados

A partir del análisis de las encuestas aplicadas y del desarrollo del trabajo de campo se obtuvo como resultado:

A pesar de que el país cuenta con recursos y materias primas orgánicas/naturales disponibles para realizar la producción, transformación y/o fabricación de diferentes productos en las empresas destinadas a realizar actividades en el sub-sector aseo, específicamente en la ciudad de Pereira, no son aprovechadas por las empresas ya entrevistadas, debido a que en su mayoría, con un porcentaje representativo del 50%, la principal actividad realizada es la comercialización de artículos de aseo.

Aquellas empresas que fabrican sus propios productos son pocas representando tan sólo el 14% del total de empresas encuestadas y al hacerlo no utilizan materias primas orgánicas por razones como el costo de algunos insumos naturales o simplemente la desinformación que aún existe acerca de la implementación de estas materias primas de origen natural que actualmente marcan una tendencia mundial en el mercado.

Sin embargo, en las encuestas y entrevistas realizadas los empresarios manifestaron estar interesados en la implementación de estos insumos. Aunque no son utilizados los insumos

orgánicos para la fabricación de productos, el 85,7% de dichas empresas sí demuestran interés en hacer parte del cuidado hacia el medio ambiente por medio de la utilización, en su mayoría, de empaques únicamente ecológicos. Además de esto, las empresas no han adquirido por el momento materias primas o bienes de capital con origen internacional para darle un valor agregado a su cadena de producción, esto se ve reflejado en el resultado arrojado en donde el 71,4% de los insumos y materias primas utilizados son de origen nacional. Con esto es posible dar paso a la implementación de insumos naturales, para la fabricación de productos, de origen cien por ciento colombianos.

Estas Mi Pymes del subsector abarcan únicamente el mercado regional (71,4%) y nacional (28,6%). Este último representa un porcentaje muy bajo de participación indicando que las empresas no se han arriesgado a competir con sus productos en el mercado nacional. Esto limita el crecimiento de estas dentro del sub-sector llevándolas a desconocer las ventajas que pueden tener frente a sus competidores en el mercado nacional convirtiéndose así en un gran obstáculo para cumplir con el objetivo de llegar al mercado internacional.

Como resultado de las encuestas y entrevistas se encontró también con un porcentaje del 57,1% que la intención de los empresarios sí es llegar al mercado internacional, no obstante, la mayoría de ellos comentaron que no saben cómo empezar a abarcar este mercado debido a que no han realizado capacitaciones frente a temas de internacionalización de productos y como consecuencia no cuentan con las herramientas para realizarlo.

También cabe mencionar que para competir en un mercado mucho más grande se necesita también capacidad de producción. Los empresarios entrevistados mencionaron que en algunos casos no se produce debido a que no cuentan con la tecnología o capital necesario para fabricar los productos por eso tan solo deciden conformarse con distribuir o comercializar, de hecho el 15,5% de las empresas encuestada manifestaron la necesidad de invertir en infraestructura y maquinaria para poder cumplir con este cometido.

El 57,1 % de las empresas encuestadas consideran también que es importante que se empiecen a implementar en sus empresas más estudios de mercado para entender que es lo que se está buscando y qué demanda el mercado de este sub-sector; la capacitación del personal y contratación de personal especializado es a su vez un punto muy importante para la conformación de estas empresas; según las encuestas un 50% de las empresas pretenden invertir en promoción, 25 % en innovación y 12,5% maquinaria para empezar a crear productos propios con valor agregado que sean atractivos para el mercado internacional; la participación en clúster o cadenas productivas también es un punto en que deben profundizar ya que el 71% de la población encuestada desconocen aún qué son y cómo participar en estos. Por último, cabe resaltar que el 37% de las empresas consideran también que la inversión extranjera sería gran ayuda para cumplir con los objetivos necesarios para ser parte de las tendencias y facilitarían también el proceso de internacionalización de sus Mi Pymes.

9. Discusión

El proyecto investigativo “Necesidades de inversión extranjera en el sub-sector aseo en las MiPYMES de la ciudad de Pereira” se encuentra actualmente terminado y concluido. En donde se da respuesta a cada uno de los objetivos planteados al iniciar el proyecto. En el desarrollo de la investigación se tuvieron en cuenta las empresas registradas en la cámara de comercio con código CIU C2023 “Fabricación de jabones y detergentes preparados para limpiar, pulir, perfumes y preparados de tocador”, a las cuales se les aplicó una encuesta pertinente para dar respuesta a los planteamientos iniciales; además de esto, se realizó un acercamiento a teorías económicas que ampliaran las perspectiva del mercado que fue objeto de estudio. Finalmente se concluyó que las MiPymes de la ciudad de Pereira se encuentran actualmente con una visión muy cerrada y con desconocimiento de los programas que existen de apoyo a los empresarios para poder llegar a los mercados internacionales.

10. Conclusiones

La presente investigación se ha desarrollado en el contexto descriptivo e investigativo, de la economía Colombiana, la cual ha demostrado la importancia de cumplir los objetivos inicialmente planteados, ya que no solo desenvuelven y concluyen la investigación, sino que también estructura el subsector aseo de Pereira, un subsector en crecimiento continuo. En el programa de transformación productiva del sub sector aseo se caracteriza principalmente por la producción, distribución o comercialización de artículos para el aseo del hogar la producción distribución o comercialización de artículos para el aseo personal y en una pequeña parte producción, distribución o comercialización de cosméticos y químicos industriales; también se incentiva a la producción de productos naturales hechos a base de insumos orgánicos, siendo una ventaja comparativa con la cual el país puede crecer, competir y diferenciarse a nivel mundial, a pesar de esto el sub sector aseo de la ciudad de Pereira no cumple con los términos propuestos por el programa, ya que solo el 14,3% de las MiPymes dentro del subsector en dicha ciudad elabora sus productos con ingredientes naturales y las empresas restantes continúan con la elaboración de sus productos a base de químicos y otras sustancias diferentes a las naturales.

Con la caracterización del sub sector aseo en Pereira, se concluye que para cumplir la visión para el 2032 propuesta por el programa de transformación productiva, el sub sector aseo de la ciudad, deberá capacitarse en gran medida en cuanto a temas de elaboración de productos con materias primas naturales, personal especializado e innovación para darle valor agregado a sus productos.

Las pequeñas y medianas empresas analizadas durante el desarrollo de la presente investigación, reflejaron emprendimiento, necesidad de crecimiento y búsqueda de asesoramiento para la constitución de una gran empresa, manifestando las necesidades para abarcar el mercado nacional e internacional, además la importancia de personal profesional y especializado en cada una de ellas, mostrando que, solo un 52,4% ha realizado un estudio de mercado o plan de expansión pero no se ha aplicado por falta de personal capacitado en el tema.

Por último, según las principales necesidades de inversión extranjera identificadas, reflejan la importancia de invertir en infraestructura, personal capacitado, maquinaria y equipo,

tecnología, entre otras necesidades que presentan los empresarios, ya que si ellos suplen estas necesidades podrán crecer en dentro del sub-sector y generar un desarrollo de la Mi pymes, dándoles así la oportunidad de participar en el mercado nacional y eventualmente en el mercado internacional.

Las Mi pymes del sub sector aseo de Pereira tienen el potencial para crecer y tener estabilidad en el mercado, pero por falta de inversión, innovación y valor agregado en la elaboración de sus productos no logran avanzar en el ámbito comercial haciendo así difícil el cumplimiento del objetivo de competir en este sector a nivel internacional propuesto por el PTP. Es de gran importancia resaltar el interés y la disposición de las MiPymes que hicieron parte de esta investigación, ya que es evidente su necesidad y su deseo de crecer productivamente para beneficio propio pero también del mismo sub sector. Generando la expectativa y la posibilidad de la participación del sub sector aseo de Pereira en el mercado global siempre y cuando se logren superar dichos obstáculos.

11. Impactos

El impacto socio económico esperado a largo plazo en la investigación, es la generación de inversión extranjera a través de la identificación de las necesidades, falencias y aspectos encontrados en los resultados del trabajo de campo de las mi pymes del sub sector de Pereira. Otro impacto socio económico, pero en un tiempo estimado de corto plazo ,es brindar la actualización y caracterización de las empresas en la Cámara de Comercio de Pereira, bajo el código CIUU C2023 “Fabricación de jabones y detergentes preparados para limpiar, pulir, perfumes y preparados de tocador”, con el cual, se estima brindar información del subsector en la ciudad de Pereira.

El impacto ambiental que se espera dar, va conjunto a los delineamientos del Programa de transformación productiva, para crear un mejoramiento positivo en cada una de las mi pymes y que logren contextualizarse en el mercado internacional, que abarca los productos de aseo a base natural, y no el uso de químicos tóxicos que dañan el medio ambiente.

12. Referencias Bibliográficas

Banrep. (2012). Banco de la República. Obtenido de Inversión extranjera directa en Colombia:

Borges, A. G. (2001). Factores determinantes de la inversión extranjera: introducción a una teoría inexistente. Obtenido de Revista de Comercio exterior: <http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/32/8/guer0901.pdf>

Cámara de Comercio. (2015). Cámara de comercio de Pereira. Obtenido de http://www.camarapereira.org.co/es/ipaginas/t/G325/61/paginas_de_nuestra_institucion/

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MCIT). (2010). Obtenido de https://docs.google.com/document/d/1joU8gjiBDNMWWp02F-J8wvB0z_qzW7HN2Jh3Xm6F5jA/edit?hl=en

Gelmetti, C. J. (2006). PYMES GLOBALES. Mexico: UGERMAN EDITOR.

Mendez. (1995). Investigacion Inductiva. En Mnedez, Metodologia de la Investigacion (pág. 144).

Pro Colombia. (2013). Obtenido de <http://www.procolombia.co/noticias/colombia-tras-el-mercado-mundial-de-cosmeticos-y-productos-de-aseo>

Procolombia. (2015). Inversión en el sector Cosméticos y Productos de Aseo en Colombia. Recuperado el 6 de Febrero de 2016, de <http://inviertaencolombia.com.co/sectores/manufacturas/cosmeticos-y-productos-de-aseo.html>

Smith, A. (1776). La Riqueza de las Naciones.

Torres, A. S. (abril de 2002). Universidad Autónoma de Barcelona. Obtenido de Inversion extranjera directa en México: determinantes y pautas de localización: <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/3990/asrt1de3.pdf;jsessionid=FD9725562316C8A54E06C6E4B7B93763.tdx1?sequence=1>

Villareal. (2004). Las teorías de la localización de la inversión extranjera directa. Obtenido de Universidad Autónoma de Nuevo León: http://www.web.facpya.uanl.mx/rev_in/Revistas/1.2/A5.pdf