



NECESIDADES DE INVERSIÓN EXTRANJERA EN EL SUBSECTOR ASEO EN LAS MIPYMES DE PEREIRA

FOREIGN INVESTMENT NEEDS IN THE SUBSECTOR ASEO IN THE MIPYMES OF PEREIRA

*Luisa María Antía Londoño, Laura Cardona Charry, Alejandro González Sánchez***

* Artículo resultado de informe de investigación.

** Estudiantes de II Semestre programa de Negocios Internacionales, 2016-II. Contactos: luisa.antia@ucp.edu.co, laura.charry@ucp.edu.co, alejandro.gonzalez@ucp.edu.co

En Colombia, a finales del siglo XX e inicios del XXI surgió una estrategia con el fin de enfrentar el neoliberalismo. Este sistema puede entenderse como un programa de reformas económicas y políticas que pretendía integrar a los países que no estaban haciendo frente al mercado libre y a la globalización.

Para lograr los objetivos del neoliberalismo se crearon políticas que redujeran la intervención estatal y generaran apertura económica-comercial. Colombia adoptó esa estrategia para integrarse a la economía global, durante la administración del Presidente Ronald Reagan, en Estados Unidos, y la Primer Ministro Margaret Thatcher, en Inglaterra, quienes impulsaron principalmente esta política (Banrep, 2015). Este modelo consistía en implementar un elemento de competitividad extranjera, que hiciera que la innovación y la calidad de los productos aumentaran y sus costos disminuyeran, con el fin de que los beneficios para los consumidores fueran mayor. Esta nueva tendencia mundial transformó la relación que había entre la demanda y la oferta por completo; esto hizo que muchas industrias no sobrevivieran y algunos sectores de producción desaparecían.

A su vez, el proceso de apertura económica y sus determinantes dieron paso a que en Colombia se viera la necesidad de inversión extranjera en la década de los 90.

En este contexto, la atracción de la inversión extranjera se ha convertido en una prioridad para los gobiernos. Siguiendo esta tendencia, a partir de este momento Colombia ha venido implementando una estrategia de promoción de la inversión extranjera que contempla una

serie de modificaciones normativas, incluida la Constitución misma, y la suscripción de diversos acuerdos que tienen por objeto su promoción.

El resultado de estas acciones ha sido un incremento de los capitales foráneos en el país. Sin embargo, Colombia no ha alcanzado los niveles de inversión extranjera deseados; por eso mismo, se busca la manera tanto de atraer nueva inversión como también potenciar la ya existente. Para lograr este fin, el país ha intentado desarrollar sectores de clase mundial; además, estos son creados con la intención de generar competitividad y crear una unión entre el sector público y privado para generar más empleos y así incentivar al desarrollo del país, con el objetivo de hacerlo más atractivo a inversores extranjeros y mejorar la producción, calidad, distribución y comercialización de los sectores elegidos. Esos sectores tienen una alta demanda en la economía global y Colombia cuenta con la oportunidad de generar crecimiento a partir de la ya mencionada apertura económica global y con la competencia establecida a partir de ella. Es entonces como se definieron ocho sectores para ser liderados, los cuales se clasifican en dos grupos:

Bajo estándares de clase mundial:

- Autopartes.
 - Industria gráfica.
 - Energía eléctrica, bienes y servicios conexos.
 - Textiles, confecciones, diseño y moda.
- Y los nuevos y emergentes de clase mundial:

- Servicios tercerizados a distancia (BPO&O).
- Software y servicios de TI.
- Cosméticos y artículos de aseo.
- Turismo de salud.

Frente a la necesidad de convertirse en un país más competitivo y desarrollar los sectores de clase mundial, Colombia creó el Programa de Transformación Productiva (PTP), con el fin de “impulsar 20 sectores de la economía del país para convertirlos en sectores de clase mundial, competitivos y altamente productivos” (Granados, 2014).

Este programa busca formar parte de la revolución industrial que necesita el país para enfrentarse a la competitividad extranjera y para el desarrollo interno del mismo, pero para lograrlo es necesario enfrentar los problemas con los que cuentan cada sector, como la falta de tecnología y de valor agregado, contrabando, altos costos, poca calidad, etc.

Estos veinte sectores se dividen en tres grupos: agroindustria, servicios y manufacturas. Dentro de este último se encuentra el sector de cosméticos y aseo, identificado a partir del Programa de Transformación Productiva (PTP, 2015) como uno de los sectores estratégicos del país, apostándole a las ventajas comparativas que tiene Colombia con respecto a su diversidad y obteniendo productos con base en ingredientes naturales. Esto incrementa su uso a nivel nacional e internacional.

- El sector de cosméticos y aseo de la economía en Colombia (Procolombia, 2015; Propaís, 2013) le apunta a tres grandes subsectores:
- Cosméticos: maquillaje, artículos de aseo personal, color y tratamiento capilar.
- Artículos de aseo: detergente, jabón de lavar y demás productos de aseo del hogar.
- Absorbentes: productos de higiene personal, como pañales, toallas higiénicas y tampones.
- La investigación se desarrollará en el subsector aseo, constituido por productos clasificados en:
 - Uso personal: productos para la limpieza e higiene del ser humano.
 - Uso doméstico: productos que se usan en el hogar para eliminar la suciedad, aromatizar el ambiente y cuidar de los objetos que hacen parte del entorno en el que se vive.
 - Uso industrial: proporcionan el aseo en maquinaria industrial y lugares públicos, tales como hospitales, instituciones educativas, entre otros.

El subsector de aseo en las MiPymes (Bancoldex, 2016) de Pereira ha tenido un enfoque en distribución y producción de productos de aseo a través de los químicos. Hasta el momento, este subsector no ha sido aprovechado lo suficiente; su desarrollo

en el momento de promocionar, incentivar e incrementar la inversión extranjera podrá ofrecer beneficios de ubicación geoestratégica para la competencia nacional, la producción de nuevos productos con la gran variedad de insumos en territorio de Pereira y la calidad humana que se incluiría en la distribución de los productos de aseo. La inversión en este sector presenta potencialidad, según información brindada por *Invest in Pereira* (Salazar, 2015). Por esta razón, se concluye como viabilidad investigativa y problemática por desarrollar según las pymes y el nicho del mercado, con los siguientes objetivos:

OBJETIVO GENERAL

Determinar las necesidades de inversión extranjera en el subsector de aseo de la ciudad de Pereira.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Caracterizar el subsector de aseo, según el Programa de Transformación Productiva (PTP).
- Identificar las MiPymes del subsector aseo en la ciudad de Pereira.
- Determinar las necesidades de inversión extranjera de las MiPymes del subsector aseo de la ciudad de Pereira.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El tipo de metodología utilizada para esta investigación es cualitativo descriptivo, pues implica un acercamiento a los fenómenos sociales; en este caso,

fenómenos socioeconómicos por parte de los investigadores, participando del mundo del grupo sociales investigados (las microempresas del sub sector aseo de Pereira).

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 investigación propuesta se realizará dentro del marco del tipo de estudios descriptivos: “La investigación en ciencias sociales se ocupa de la descripción de las características que identifican los diferentes elementos y componentes, y su interrelación” (Méndez, 1995, p. 136). Así, el estudio descriptivo identifica características del universo de investigación, señala formas de conducta y actitudes del universo investigado, establece comportamientos concretos, descubre y comprueba la asociación entre variables de investigación.

RESULTADOS ESPERADOS

Se espera mostrar si las MiPymes del subsector de aseo de la ciudad de Pereira cumplen o no con los requisitos propuestos por el PTP para la participación de las empresas de la región en la industria. Con una base de datos proporcionada por la Cámara de Comercio (2015), se identifica el número de MiPymes que pertenecen al subsector aseo en la ciudad de Pereira.

Lo anterior se realizará a través de encuestas a las MiPymes que arrojen resultados y que muestren por qué es necesaria la inversión extranjera en este subsector. Se

proyecta, además,, la escritura de un artículo de investigación, participación en foros nacionales y en la RREDSI de semilleros regionales y nacionales.

IMPACTO

Se espera incentivar la investigación en el programa de Negocios internacionales de la Universidad Católica de Pereira y en el subsector de aseo de las MiPymes, para contribuir con la inversión extranjera en este subsector.

A corto plazo, las encuestas realizadas a las empresas que pertenecen al subsector aseo en la ciudad de Pereira, servirán como instrumento de medición para la inversión extranjera directa y su internacionalización. A largo plazo, este tipo de trabajos contribuirá con el aumento del número de MiPymes en la región.

REFERENCIAS

Bancoldex (2016). *Qué es MiPyme?* Bogotá: Autor.

Banrep (2015). *Apertura económica*. Disponible en <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/apertura-economica>

Cámara de Comercio (2015). *Sitio web*. Disponible en http://www.camarapereira.org.co/es/ipaginas/t/G325/61/paginas_de_nuestra_institucion/

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

Programa de Transformación Productiva (2015). *PTP*. Disponible en <https://www.ptp.com.co/contenido/contenido.aspx?catID=737&conID=784>

Propais (2013). *Sector de Cosméticos en Colombia*. Disponible en <http://propais.org.co/biblioteca/inteligencia/sector-cosmeticos-en-colombia.pdf>

Salazar, C. (2015). *Invest in Pereira*. Disponible en http://www.investinpereira.org/es/ipaginas/ver/G259/95/pereira_y_risaralda_en_cifras/