



**CARACTERIZACIÓN DE LAS NEGOCIACIONES INTERNACIONALES EN EL
CLÚSTER DE PROTEÍNA BLANCA DEL VALLE DEL CAUCA**

AUTOR (ES)

MARIA CAMILA MINA

GABRIELA LASSO

DIRECTOR DEL PROYECTO

FABIAN ANDRÉS MEJÍA ESPINAL

UNIVERSIDAD ICESI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

MERCADEO Y PUBLICIDAD

SANTIAGO DE CALI

2021

**CARACTERIZACIÓN DE LAS NEGOCIACIONES INTERNACIONALES EN EL
CLÚSTER DE PROTEÍNA BLANCA DEL VALLE DEL CAUCA CASO**

AUTOR (ES)

MARIA CAMILA MINA

GABRIELA LASSO

UNIVERSIDAD ICESI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

SANTIAGO DE CALI

2021

AGRADECIMIENTOS

Queremos aprovechar este espacio para agradecer a nuestros padres, quienes nos han demostrado su apoyo y amor desde el inicio de nuestro recorrido académico, por los sacrificios que han sido capaces de hacer por cada una de nosotras todos estos años, les dedicamos este proyecto investigativo por habernos convertido en las personas que somos, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí.

Agradecemos infinitamente a nuestro director de proyecto Fabian Mejía Espinal, por toda su paciencia y apoyo, por guiarnos en camino a un proyecto de calidad y nunca limitarse con las enseñanzas y experiencias que nos brindó.

Agradecemos a la Cámara de Comercio de Cali y a Daniel Eduardo Castaño como encargado del clúster Proteína Blanca de la CCC, por brindarnos la información y las bases de datos con la información del clúster.

Agradecemos a todos los profesores con los que nos cruzamos en cada materia vista durante los años de carrera, cada conocimiento que nos pudieron brindar fue usado de alguna manera en el desarrollo de este proyecto.

Finalmente agradecemos a la Universidad ICESI por acogernos y brindarnos la mejor atención durante nuestras carreras, y a todas las personas que han sido parte de nuestros procesos, cada uno aportó algo en nuestras vidas y a que este proyecto tuviera éxito.

TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción	8
2. Antecedentes	8
3. Planteamiento del problema	10
4. Objetivos	13
- GENERAL	13
- ESPECÍFICOS	13
5. Justificación	14
6. Marco de referencia	15
Teorías de comercio internacional	16
- Teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith y la ventaja comparativa de David Ricardo	16
- Reforma de la teoría de la ventaja comparativa	16
- Modelo de Heckscher-Ohlin (H-O)	17
- Mercantilismo	17
Teorías de internacionalización	18
- Internacionalización de la perspectiva económica	18
- Internacionalización desde la perspectiva de progreso	18
- Internacionalización de pymes	19
- Globalización	19
- Negocios internacionales	19
Teorías de negociación	21
- Teoría de los juegos	21
- Teoría transaccional o de regateo	21
- Teoría de la decisión	21
- Modelo de negociación de Harvard	22
7. Marco contextual	22
8. Marco conceptual	23
9. Marco Legal	26
10. Metodología	28
- Tipo de investigación	28
- Diseño de la investigación	28
- Fases de la investigación	29
11. Fuentes y técnicas para la recolección de la información	30
12. Diseño de la encuesta sobre las diferentes prácticas mercantiles de las empresas del clúster proteína blanca en el Valle del Cauca	31
- Preguntas encuestas	31

13. Analizar el uso de las reglas Incoterms® 2020 de la ICC por las empresas del clúster de proteína blanca en el Valle del Cauca y sobre esto definir las que más dificultad tienen para ser implementadas por las empresas	34
14. Proponer parámetros de mejora estratégica que aporten al mejoramiento el conocimiento y uso adecuado de las reglas Incoterms® 2020 de la ICC por las empresas del clúster de proteína blanca en el Valle del Cauca	40
15. Conclusiones	41
16. Recomendaciones	42
17. Anexos	42
18. Bibliografías	44

ILUSTRACIONES Y TABLAS

Ilustración 1 - Factores que potencializan el crecimiento	23
Ilustración 2 - Pregunta 1	34
Ilustración 3 - Pregunta 2	35
Ilustración 4 - Pregunta 3	35
Ilustración 5 - Pregunta 4	36
Ilustración 6 - Pregunta 5	36
Ilustración 7 - Pregunta 6	37
Ilustración 8 - Pregunta 7	37
Ilustración 9 - Pregunta 8	38
Ilustración 10 - Pregunta 9	38
Ilustración 11 - Pregunta 10	39
Ilustración 12 - Pregunta 11	39
Ilustración 13 - Pregunta 12	40
Tabla 1 - Ficha Técnica	41
Ilustración 14 - Sugerencias y comentarios de empresarios	43

RESUMEN

Según la cámara de comercio Cali, el Valle de Cauca tiene más de 6.000 empresas de los cuales lo conforman alrededor de 9 clústers, con el objetivo de impulsar día a día el comercio en nuestro valle del Cauca. La investigación de este estudio tiene como finalidad analizar las prácticas mercantiles que utilizan las empresas pertenecientes a los clústers de proteína blanca en dicho departamento en los negocios internacionales. Por otro lado, las empresas tienen una participación bastante rigurosa, además de contar con la presencia de la exportación e importación de productos para que así estas se percaten de analizar el uso de las reglas incoterms en el proceso de la negociación.

Por medio de la encuesta que se realizó y una muestra de 149 empresas, se identificaron ciertos resultados con el fin de interpretar las prácticas contractuales que utilizan las empresas Vallecaucanas, operaciones internacionales que realizan y por último sus conocimientos acerca de las reglas incoterms y su aplicación de manera adecuada.

Finalmente, con la información que se pueda recolectar en esta investigación, se deberá tener en cuenta el correcto uso de las normas y su aplicación en los negocios internacionales ya que, si no se hace un adecuado uso, puede contraer repercusiones en futuras negociaciones por parte de las empresas pertenecientes a los clústers de proteína blanca.

PALABRAS CLAVE: Clúster proteína blanca, Incoterms 2010, Incoterms 2020, Cámara de Comercio, Valle del Cauca, negocios internacionales, comercio internacional.

ABSTRACT

According to the Cali Chamber of Commerce, Valle de Cauca has more than 6,000 companies, of which around 9 clusters are made up, with the aim of promoting trade in our Valle del Cauca daily. The research of this study aims to analyze the commercial practices used by companies belonging to the white protein clusters in said department in international business. On the other hand, the companies have a rigorous participation, in addition to having the presence of the export and import of products so that they are aware of analyzing the use of the incoterm's rules in the negotiation process.

Through the survey that was carried out and a sample of 149 companies, certain results were identified in order to interpret the contractual practices used by Valle del Cauca companies, international operations that they carry out and finally their knowledge about the incoterms rules and their application. properly.

Finally, with the information that can be collected in this investigation, the correct use of the standards and their application in international business should be considered, since if they are not used properly, they may have repercussions in future negotiations by the companies belonging to the white protein clusters.

KEY WORDS: White protein cluster, Incoterms 2010, Incoterms 2020, Chamber of Commerce, Valle del Cauca, international business, international trade.

1. Introducción

A lo largo de este proyecto se mencionan los Términos Internacionales de Comercio, Incoterms, definidos como normas que controlan las mercancías, productos que se comercializan internacionalmente y definen los costos de las transacciones comerciales que establecen las obligaciones entre las partes, quienes son comprador y vendedor. Las compañías hoy en día respetan la mayor parte del comercio exterior, donde el uso de las reglas Incoterms permite utilizar una terminología estandarizada para ser usada por todas las empresas que realizan negocios internacionales. A su vez el tema de la globalización que se vive ha permeado a la gran mayoría de países permitiendo que muchos bienes y servicios se puedan ejecutar, sean administrados y distribuidos de manera rápida gracias al uso de muchas reglas de internacionalización.

Cabe resaltar que en cada país sus normas varían, debido a que busca proteger su industria nacional y comercio con el fin de que las reglas que establecen tengan como finalidad facilitar la conducción del comercio global y así evitar incertidumbres derivadas de las interpretaciones en los países y las contrapartes.

2. Antecedentes

Para hacer que una negociación sea lo más efectiva posible, las personas y empresas, deben producir un ambiente comunicativo óptimo, de confianza y que posibilite la fluidez de la negociación, no es tan simple como parece, aunque durante toda nuestra vida existirán situaciones que requerirán del acto de una negociación, no puede decirse que continuamente se conseguirán de la mejor forma, pues hay bastantes personas que son difíciles y complicadas, esto puede dificultar la obtención de un trato productivo para las dos piezas (C.D Trochez y K.Escobar, 2019).

Por otra parte, las concentraciones empresariales no son nuevas, y desde los años 80's según Hurtado, se remonta su primera definición formal, un clúster o agrupación de empresas es una forma de interacción de organizaciones que tienen características similares geográficas, de producción, de producto terminado, objetivos a futuro y principalmente de industria, entre otras.

Las cuales se desenvuelven juntas, beneficiándose las unas de las otras y finalmente buscando aumentar su competitividad en conjunto frente a otras agrupaciones o clústers (Hurtado, D & Sanchez, D. C. 2015, mayo).

En los últimos años ha sido notable el aumento en la formación de clústers en la zona suroccidental del país, gracias al apoyo constante de entidades involucradas como los gremios empresariales y organismos como la Cámara de Comercio de Cali. Estos desarrollan esfuerzos para crear tácticas que contribuyan al desarrollo económico del Valle del Cauca, viendo estos esfuerzos evidenciados en la actividad económica del departamento.

En cambio, los trabajos que ya se han interesado por el accionar de los clústers vallecaucanos han ido en aumento, ya que hay una investigación basada en la forma en la que las PYMES vallecaucanas que se han dedicado a negociar con mercados internacionales, sus exportaciones e importaciones y radicando un conjunto de prácticas, operaciones y conocimientos que han abordado los empresarios en esta región para enfrentarse a sus socios negociadores en el exterior (Garcia, E. T., Quiceno, O. D. 2021).

De acuerdo con la investigación de Galoso, se debe tener claro de primera mano cómo es el proceso de interacción y cooperación de las empresas que conforman un clúster en otros países, ya que es importante para la claridad de los investigadores. La obtención de esa información fue reclutada bajo métodos de observación y encuestas, en las cuales se presenciaron los procesos de acción que dieron resultados al señalamiento de varias causas y consecuencias que sirven como antecedentes de errores visibles que se debe identificar en los clústers vallecaucanos y ofrecer soluciones, alternativas para evitarlos en un principio o corregirlos a tiempo (Galaso, P. 2018, Marzo).

Ya que las interacciones para las negociaciones de las empresas que conforman los clústers vallecaucanos son mayormente países europeos, es importante la información sobre el manejo de clúster en esos países, puesto que las negociaciones para las importaciones serán mucho más breves

y efectivas. El conocimiento de sus sectorizaciones monetarias y regionales ayudan a una mejor comunicación como negociadores internacionales que buscan beneficios mutuos (Gadea, M. D. 2019).

Con relación al registro del crecimiento económico de las empresas que conforman un clúster es de suma importancia el corroborar que el trabajo en equipo de estas empresas esté dando frutos. Por esa razón, la evaluación financiera de las 3 primeras empresas con ingresos más representativos que conforman el clúster de proteína blanca fue analizada, comparando diferentes áreas y sectores. De esta manera, los resultados evidencian el valor que se le está dando a estas empresas a nivel regional, y el valor que están alcanzando a nivel internacional en cuanto a avances financieros (Algarin, A. L. 2019).

3. Planteamiento del problema

Los primeros pasos para la creación de los mercados actuales se generaron desde tiempos inmemorables, como lo fue el acto del trueque. Este acto, se desempeñaba de manera muy local por cada comunidad sin la intervención de la moneda. De esta manera, el ser humano creó el sentido del valor a las cosas que mercadeaba llegando al sistema del patrón oro, creando así, avances hasta consolidar la idea que rige el sistema económico actual. Los avances económicos impulsaron los cambios sociales desde sistemas socioeconómicos agrícolas, hasta el hecho de que hoy la industria sea el principal factor económico que motive a la sociedad (El universal, Quesada, J. A., 2016).

Igualmente, el acto de negociar ha evolucionado con el paso de las décadas y ha traído consigo a la globalización, definida así desde el siglo XX. Esta se ha encargado de unir y crear conexiones alrededor del mundo, pues a diferencia de generaciones pasadas con el trueque local, se empezó a tener la posibilidad de intercambios políticos, culturales, sociales, económicos y hasta tecnológicos con cualquier país en el mundo. Principalmente, desde un enfoque económico, siendo este una ventaja para el mundo de los negocios, con el acceso a los mercados lejanos y el fácil traslado de bienes y servicios alrededor del mundo, generando demanda de estos bienes y servicios en lugares

muy diferentes a los que se producen. El movimiento y comercio de estos entre grandes y pequeñas empresas alrededor del mundo es lo que se conoce como negociación internacional (Quiroa, M., 2015).

Según un artículo de comercio exterior de la U.Icesi, las negociaciones internacionales se llevan a cabo a través de acuerdos y contratos que tienen como fin un apoyo comercial entre agentes como países, empresas o civiles de diferentes países; incluso combinaciones entre estos, regidas por un marco legal en el que las partes deben llegar a acuerdos que busquen beneficios para ambos. En apoyo a estos acuerdos y en busca de opiniones objetivas, es necesario recurrir a entes internacionales, quienes están en la capacidad de conocer y aplicar conceptos de ley según cada país, además de tener amplio conocimiento hacia la mediación de diferencias con el fin de lograr un punto medio en cuestiones culturales y de intereses económicos.

Estas están compuestas por 3 etapas: I) preparación, II) negociación y III) creación del contrato. En el proceso de la creación del contrato las entidades intermediarias deben recurrir al uso de los INCOTERMS, que son reglas legisladoras de los términos del contrato. Estas crean un vínculo formal y equitativo entre las leyes soberanas de cada país en cuanto a transporte, tiempo y calidad de las mercancías a nivel mundial. Por esta razón, se realizará un estudio detallado del uso de estos INCOTERMS por parte de las pymes vallecaucanas que conforman los clústers de proteína blanca, desde el asesoramiento internacional o el propio conocimiento local de los mismos.

Por otro lado, el informe sobre los acuerdos comerciales vigentes en Colombia afirma que dicho país es abiertamente globalizado, pues su cantidad de acuerdos comerciales con el exterior demuestran su capacidad y su interés por expandir su mercado de bienes y servicios, además de un interés por beneficios en la mediación de estos para sus comerciantes, entre rebajas de diferentes impuestos como transporte y aranceles de entrada a otros países, entre otros. Incluso la llegada y salida de nuevas y novedosas empresas que están a disposición de generar empleo en Colombia, la entrada y creación de productos colombianos en el exterior. A la fecha, Colombia cuenta con

alrededor de 16 acuerdos comerciales, que lo hacen participe de diferentes integraciones económicas y alianzas comerciales que le dan acceso a un mercado de más de 1,500 millones de consumidores CAN (1973, 1994), Panamá y Chile (1993), Caricom y México (1995), Cuba (2001), Mercosur (2005), Triángulo Norte (2009), EFTA y Canadá (2011), EE. UU. y Venezuela (2012), Unión Europea (2013) y Corea, Costa Rica, Alianza Pacífico (2016) e Israel (2020).

Las exportaciones en Colombia incluyendo petróleo y sus derivados registraron un ingreso de US\$4.381,3 millones, para el país en el 2021, lo que significa que hubo un aumento de 44,7% frente a las exportaciones de 2020. Cabe resaltar que esta cifra también es superior a las exportaciones del 2019 un 31,6%, lo que significa que la cifra del 2021 es reconfortante para el país, especialmente después de la pandemia del COVID-19. Por otro lado, las importaciones estuvieron avaluadas en US\$61.101 millones, evidenciando un aumento del 40,5% frente a las importaciones registradas en el 2020 viéndose elevadas gracias al fenómeno de la pandemia del COVID-19, lo que evidencia un gran déficit por parte de las exportaciones. Las principales exportaciones del país surgen en los departamentos de Arauca, Casanare y Meta, regiones productoras de petróleo en el país, mientras que en las exportaciones no-mineorológicas Cundinamarca y Antioquia representan alrededor del 50% de las exportaciones nacionales, con una participación del 27,22% y 21,39%, respectivamente, seguidos por Valle del Cauca con 12%, Bolívar con 9,7% y Atlántico con 8,3% (DANE. (2021).

Históricamente, el Valle del Cauca ha sido un departamento con mucho potencial, que se ha destacado por su producción de caña de azúcar y los derivados que obtiene de esta, café y sus manufacturas. El ingreso por las exportaciones totales del Valle del Cauca aumentó 10%, al pasar de USD 543 millones en 2020 a USD 597 millones en 2021. Así mismo, si excluimos la minería, petróleo y sus derivados, el Valle del Cauca participó con 10,3% del total exportado por el País en 2021, los principales productos de exportación del Valle del Cauca, aceite de soja con un aumento del 143,4% exportado en comparación con el 2020, muebles y sus partes con 115,0% e hilos, cables y demás conductores aislados para electricidad con 64,5%, a diferencia del azúcar y sus derivados

que tuvieron una variación negativa de -7,6% frente a sus ventas hacia el exterior en el 2020, dejando como principales fortalezas del departamento la manufactura y la agroindustria.

Con base a esto, la Cámara de Comercio de Cali decidió sectorizar más de 4.000 empresas, las cuales estaban aportando económicamente al desarrollo del departamento en 7 clústers, bioenergía, sistema moda, belleza, excelencia clínica, macro snacks, proteína blanca y hábitat urbano, con el fin de brindar un apoyo estratégico y técnico a las empresas de todos los tamaños que conforman las principales industrias comerciales del departamento. Esto genera mayores tasas de crecimiento económico y social, para impulsar el bienestar social y económico de la región. Estos clústers están conformados por todo tipo de agentes que intervienen en la mejora de la calidad de los procesos de producción, contando a las empresas, diferentes centros de investigación, representantes del gobierno y demás apoyos que le sirvan a el progreso económico. El atractivo que tiene la región para las diferentes compañías ha hecho que, en los últimos años, más de 100 proyectos de inversión de capital extranjero, y también nacional, se hayan instalado en Cali y otros 14 municipios del Valle del Cauca (Sandoval, G. A. 2016).

De acuerdo con lo anterior, se plantea la siguiente pregunta:

¿Cuáles son las prácticas mercantiles que utilizan las pymes vallecaucanas pertenecientes al clúster de proteína blanca en las negociaciones internacionales?

4. Objetivos

- **GENERAL:** Determinar las prácticas mercantiles que utilizan las pymes vallecaucanas pertenecientes a los clústers de proteína blanca y sistema moda en las negociaciones internacionales.

- **ESPECÍFICOS:**

1. Diseñar una encuesta sobre las diferentes prácticas mercantiles de las empresas de los clústers proteína blanca y sistema moda en el Valle del Cauca.

2. Analizar el uso y las dificultades de las reglas Incoterms® 2020 de la ICC por las empresas del clúster de proteína blanca en el Valle del Cauca.

3. Proponer parámetros de mejora estratégica que aporten al mejoramiento del conocimiento y uso adecuado de las reglas Incoterms® 2020 de la ICC por las empresas del clúster de proteína blanca en el Valle del Cauca.

5. Justificación

Investigaciones anteriores han revelado que el uso de las reglas INCOTERMS en el Valle del Cauca han sido usadas de manera deficiente en el desarrollo y aplicación de los contratos comerciales de las empresas regionales. Estas deficiencias al parecer se deben a fallas en los asesoramientos legales locales, como mala elección de los entes exteriores, dejando en desventaja a los empresarios nacionales, mayormente de las medianas y pequeñas empresas, como fue identificado por el trabajo de Macrosnacks y Belleza, Garcia, E. T., Quiceno, O. D. (2021). Las conclusiones son principalmente prácticas de negocios internacionales para las microempresas, las cuales duplican a las medianas y grandes empresas en cuanto al porcentaje de costos de logística de ventas. Por otro lado, indican que menos del 30% de las empresas se caracterizan por procesos logísticos, lo que enfatiza la importancia de promover la tercerización de ciertos procesos para que las empresas puedan aumentar la eficiencia y reducir costos, el cumplimiento de los productos entregados representa el 21.5% de ventas, comercio exterior Los costos de logística representaron el 38,0% de las ventas.

Realizando una superficial búsqueda de la palabra INCOTERMS en el buscador de Google, son arrojadas más de 16 millones de resultados en 0.38 segundos, de los cuales es casi posible asegurar que ninguno es oficial, pues la única fuente oficial para brindar información sobre el tema de INCOTERMS es la Cámara de Comercio Internacional, informándonos como investigadores que

internet no es una buena fuente de asesoramiento y es a la más recurrida (Macrosnacks y Belleza, Garcia, E. T., Quiceno, O. D. (2021)). Por esta razón, nuestra intención es corroborar esta teoría sobre los deficientes usos de los INCOTERMS por parte de los empresarios vallecaucanos, aunque en este caso basándonos en los clústers de proteína blanca con la intención de fortalecer las conclusiones anteriores de ser ciertas en estos nuevos casos y generar fuertes conclusiones con bases investigativas que creen verdadera conciencia sobre la problemática y llame la atención pertinente hacia una solución progresiva y consciente de esta situación.

El poder de pertenecer al proyecto de iniciativas clústers impulsado por la cámara de comercio de Cali, para el sector de proteína blanca, el cual ha ideado estrategias para el crecimiento del sector beneficiando a todas las empresas que conforman este clúster, teniendo en cuenta procesos estandarizados que generan un producto de alta calidad, y su vez generando el desarrollo de la industria. Por esta razón, las organizaciones que favorecen mayormente al proceso de globalización del mercado vallecaucano son las empresas pertenecientes a este clúster, principalmente caracterizadas por su sentido de carácter cooperativo entre ellas. Sin embargo, el clúster de proteína blanca específicamente ha desarrollado problemas en cuanto al transporte de sus producto debido a la mercancía perecedera que manejan, establecer orden en los sistemas de logística que permitan que su paso por el puerto de Buenaventura y la llegada a su destino, sin interrupción de los tiempos de frío y demás, volverá a las empresas conformantes del clúster de proteína blanca del valle de cauca más competitivas y las lograra posicionar cada vez más arriba en el escenario internacional Cheng, J. E., Mosquera, A. F. (2016).

6. Marco de referencia

Marco teórico

Para hacer que una negociación sea lo más efectiva posible las personas y empresas pueden enmarcar como de fundamental trascendencia, ya que producir un ambiente comunicativo óptimo, de confianza y que posibilite la fluidez de la negociación. No es tan simple como parece, pues en la

comunicación intervienen diferentes tipos de personas y esto puede complicar la obtención de un resultado favorable trato productivo para las dos piezas ambas partes.

La teoría tradicional la cual incluye los modelos que explican las causas del comercio entre los diferentes países, por ejemplo, diferencias entre dotaciones factoriales y tecnología debido a que son fuente de ventajas competitivas en un marco de referencia perfecta. se expondrán las principales teorías, comprobando cuál es su función y cuales son más acordes a la realidad.

Se explicarán de forma específica y detallada los aspectos dentro de las teorías y modelos del comercio internacional, globalización y la negociación empresarial requeridos como contexto para esta investigación.

Teorías de comercio internacional

La teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith y la ventaja comparativa de David Ricardo

Las causas del comercio internacional según Smith y Ricardo a finales del siglo XVIII mostraron los beneficios que representa el libre comercio. Sin embargo, Smith decía que el libre comercio de cada país podría estabilizarse en la producción de aquellos bienes en los cuales tuviera una ventaja absoluta o que simplemente pudieran producir aquellos productos más eficientemente e importar otros, esto demuestra que está en absoluta desventaja. Esta distribución internacional conduce a un aumento de la producción mundial, pero ¿y si un país no tiene ventaja absoluta en ninguno de sus productos? Este sería el caso si la solución se encuentra en la teoría de la ventaja comparativa el cual lo describe el señor D. Ricardo el cual establece que cuando un país tuviera una desventaja absoluta en la producción de un bien con respecto a otro país, si los costos relativos son diferentes en el intercambio, sería una posibilidad y mutuamente beneficioso.

Reforma de la teoría de la ventaja comparativa

La teoría del valor de laboratorio, basada en el análisis de la ventaja competitiva de Ricardo, fue rechazada porque los supuestos iniciales estaban lejos de la realidad. Sin embargo, la ley de la

ventaja comparativa puede explicarse mediante la teoría del costo de oportunidad propuesta por G. Haberler (1936) abordó en cierta medida estas preguntas, ya que la teoría sostiene que el costo de oportunidad de un bien es la cantidad de otro bien que debe sacrificarse para liberar todos los factores de producción para producir una unidad más. El costo de oportunidad se puede ilustrar mediante una frontera de posibilidades de producción, la cual muestra las diferentes combinaciones de dos bienes que un país puede producir utilizando todos los factores de producción utilizando la mejor tecnología disponible.

Modelo de Heckscher-Ohlin (H-O)

Esta teoría se basa en la ventaja comparativa ya que no explica el por qué los costes relativos varían entre los diferentes países. Dos economistas suecos, Eli Heckscher en 1919 y Bertil Ohlin en 1933, se dedicaron a definir el comercio internacional. Eli afirmaba que "Antes de que se diera inicio al comercio internacional se tenía que dar solución a dos situaciones como las diferencias entre la escasez relativa en diferentes puntos del mundo y las diferentes proporciones de los factores de producción"

Mercantilismo

Según J. Rojas (abril de 2004) el mercantilismo surge en Europa entre 1550 y 1750, se dice que fue una escuela económica, fue un pragmatismo asociado a las creencias religiosas y al interés por cuestiones de moralidad y justicia. Significa que la investigación en esta escuela es particularmente interesante para un curso puramente teórico de economía internacional, no solo porque esta escuela abarca el tiempo, sino también porque, como veremos, es el único argumento básico de la Economía. Se refiere al comercio internacional y la política comercial. Se define como un sistema político y económico basado en la idea de que cuanto más ricos y prósperos son los países, más metales preciosos pueden acumular.

Teorías de internacionalización

A continuación, se enuncian las diferentes visiones teóricas en las que se basa el fenómeno de la internacionalización, bajo distintas perspectivas económicas afectadas por la globalización, haciendo énfasis en los modelos de internacionalización que describen el proceso llevado a cabo por las empresas pymes para sus actividades de expansión internacional.

Internacionalización de la perspectiva económica

La perspectiva económica está sustentada en las teorías clásicas como la de comercio internacional en la que se indica que los países importan bienes que para ellos son escasos y tienen poca posibilidad y capacidad de producción local, mientras que por el contrario exportan bienes de los cuales han tenido la fortuna de lograr alcanzar una mayor eficiencia de producción. Sobre esta teoría Smith aportó con el tema de la ventaja absoluta, Ricardo creó la teoría en compenetración entre las de comercio internacional con la de ventaja absoluta. Por su lado, Stuart Mill declaró que las importaciones dirigen sus fluctuaciones en sentido de las barreras que imponen los términos de intercambio, es decir, que los precios de las exportaciones aumentan y disminuyen en orden con los valores que están aportando las importaciones, en consecuencia, de lo anterior, las exportaciones de los países estaban previstas según sus ingresos de vuelta por importaciones.

Los aportes teóricos de estos tres personajes Smith, Ricardo y Mill, son la afirmación de que ellos incorporaron las bases de la teoría clásica del comercio internacional (Fillis, 2001).

Internacionalización desde la perspectiva de progreso

La perspectiva de progreso genera un mecanismo en el que el aprendizaje y la acumulación de conocimientos son la principal fuente de recursos para la llegada a los mercados externos, pues, parten de que, con los recursos de la experiencia y la experimentación, las empresas nacionales puedan llegar a convertirse en internacionales, pues empíricamente esos conocimientos les darán a entender los pasos a seguir para avanzar en el proceso de internacionalización y no morir en el intento (Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975; Vernon, 1966).

Internacionalización de pymes

En esta perspectiva se abordan varios temas. Primero, el logro de la expansión internacional de las empresas haciendo uso de las redes logísticas y sociales de estas, lo que significa que las oportunidades de crecimiento internacional provienen de comunicaciones continuas entre las empresas del país de origen con las pertenecientes a los mercados extranjeros generando una red. Segundo, empresas que desde su creación necesiten interacción con mercados exteriores para la realización de sus actividades básicas diarias, si esto resulta válido.

Globalización

Según el libro de Hill Negocios internacionales capítulo, la globalización está en casi todo lo que hacemos ya que daban el ejemplo de una doctora estadounidense Laurie que conduce su camioneta SUV la cual fue diseñada en Stuttgart, Alemania, y ensamblada en Leipzig, Alemania, y Bratislava, Eslovaquia, por Porsche usando componentes elaborados alrededor del mundo, los cuales se fabricaron a la vez con acero coreano y caucho malasio. Este ejemplo nos muestra que la globalización es una creciente integración de las economías de todo el mundo, especialmente a través del comercio y los flujos financieros. Por otro lado, la globalización muestra varios aspectos, como la globalización del mercado y la globalización de la producción. Sin embargo, cuando hablamos de la consolidación de los mercados nacionales que operan dentro de ciertos límites, estamos hablando de la globalización de los mercados. Hoy, se han expandido a un solo mercado global, como muchas marcas de renombre mundial, por otro lado, hay un dicho que dice que la globalización de la fabricación se refiere a la subcontratación de bienes y servicios en todo el mundo para el beneficio del mundo. Diferencias de coste y calidad entre países de la zona de producción.

Negocios internacionales

Según un artículo publicado por la comunidad universitaria Asturias de España los negocios internacionales pueden definirse como un conjunto del desarrollo de la globalización, la

mundialización del comercio y las dinámicas de los tratados de libre comercio entre gobiernos, empresas y particulares que se desenvuelven dentro del mismo hemisferio o contrario.

Es necesario resaltar que siempre se debe tener la claridad de la diferencia entre la negociación internacional y el comercio exterior. Pues, el primero se refiere a todo tipo de relaciones y operaciones comerciales de intercambio de bienes y servicios en actitud de ventas a nivel mundial, el segundo, se refiere a las relaciones y condiciones que rigen el intercambio de esos bienes y servicios, incluyendo las leyes y regulaciones que rigen el comercio internacional.

De igual manera, las negociaciones internacionales no solo están compuestas por el intercambio de relaciones en ventas de bienes y servicios, sino también el método en el que se llevan a cabo estas negociaciones, como los aspectos culturales y costumbres que rigen a las partes interesadas.

Aspectos y componentes

Aspectos geográficos de los negocios internacionales: Es necesario para este aspecto usar a las alianzas geográficas como base para desarrollos a futuro, en busca de aliados estratégicos de mercados emergentes que necesiten bienes y servicios para sus necesidades nacionales abriendo paso a la globalización.

Aspectos políticos de los negocios internacionales: Estos pueden dividirse en dos ramas, la regulación económica, la cual no da paso a fenómenos como la globalización. Y el liberalismo económico, con este, se estimula la inversión privada y extranjera en los diferentes países creando conexiones financieras y comerciales, sin dejar de lado la leyes y políticas de cada país, las cuales siempre velan por los beneficios nacionales y pueden generar riesgos para los comerciantes visitantes.

Elementos culturales de los negocios internacionales: Ya que para llevar a cabo tratos comerciales internacionales es necesario llevar a cabo relaciones con agentes exteriores, siempre es importante tener presentes las concepciones culturales directas e indirectas, el conjunto de todas estas creencias

y tradiciones formales e informales en el mundo de las relaciones comerciales internacionales conforman estos elementos culturales de los negocios internacionales

Teorías de negociación

Teoría de los juegos

Esta teoría, la cual sus inicios fueron gracias a John Von Neuman (1903- 1957, citado por Ayala, 2002), se presenta como una solución de conflictos ya que establece la existencia básica de confianza mutua entre los jugadores para que ambas partes obtengan ganancias. La Teoría de los Juegos, constituye para varios autores, el punto de inicio de los estudios académicos en negociación en donde su principal objetivo según (Egaña, Juan. Capítulo 1) se basó en identificar el comportamiento de los jugadores en contextos de racionalidad absoluta, en la que incluso es posible predecir matemáticamente el comportamiento o jugada de cada miembro.

Teoría transaccional o de regateo

Según Egaña para que los participantes de una negociación lleguen a un acuerdo debe haber un punto de vista o una expectativa de conclusión en común, para en conjunto buscar llegar a este eje y trasladarse sobre él, incluso modificarlo, pero nunca perderlo en común y ser capaces de establecer límites y necesidades que lo mantengan (al eje común) en el centro de ambas partes durante la negociación (Egaña, Juan. Capítulo 1).

Teoría de la decisión

Como teoría, esta se encarga de entender el proceso de las personas al elegir las acciones posibles antes una reacción, cuantas existen como opción y establecer preferencias que denotan el mejor resultado antes las expectativas esperadas. De otra manera, el afectado no recibirá ganancia, por el contrario, perjuicio, por una mala elección en sus acciones.

Modelo de negociación de Harvard

Para que se cumplan los principios de este modelo, es desde un inicio es necesario que todas las partes estén recibiendo las mismas ganancias y beneficios, siguiendo la idea de una negociación colaborativa. Lo anterior lleva a que al final del día, los acuerdos no necesitan regulaciones, pues desde el mérito de ambas partes se busca la ganancia para ambos por igual y no una ventaja frente al otro.

7. Marco contextual

Según Vanegas en su artículo de “Negocios y comercio internacional: evidencias de investigación académica para Colombia” expone que, desde el año 2000 las exportaciones e importaciones han aumentado en gran medida, generando que el comercio internacional se vea mayor mente reflejado en el PIB mundial, del 39.8% en 1990 al 57.7% en 2012. El reflejo de esto se ve en que el porcentaje de inversión extranjera del PIB mundial paso de 0.93% a 2.3% en lo corrido de los últimos 20 años.

Se realizó una investigación económica de Mincomercio (2013), y es básicamente sobre la línea de indagación que gira en torno a las relaciones comerciales de Colombia, en especial las que están relacionadas con el Tratado de Libre Comercio (TLC) vigente EE. UU, Europa y muchos otros que se están negociando y analizando las tendencias comerciales y registros de exportación de las piezas. Según el ministerio, el eje central de la política comercial debe ser la internacionalización de la economía, la transformación productiva y el surgimiento de Colombia como un destino turístico de clase mundial. y la creciente demanda global: autopartes; industria gráfica; electricidad; bienes y servicios relacionados; textiles, prendas de vestir, diseño y moda; servicios de subcontratación remota; software y servicios de tecnología de la información; cosméticos y artículos de tocador, y turismo de salud.

Tabla 1: Factores Que Potencializan el Crecimiento

Factores Internos que Potencializan el Crecimiento	Factores Externos que Potencializan el Crecimiento
Edad de la empresa	Entorno Político
Tamaño	Entorno Social
Motivación	Entorno Económico
Estructura de Propiedad	Entorno Tecnológico
Gestión del Conocimiento	Entorno Sectorial constituido por Competidores, Clientes y Proveedores

La Tabla 1 presenta los factores internos y externos de las organizaciones, que deben ser evaluados con el fin de potencializar el crecimiento de las empresas. Fuente Elaboración propia

Ilustración 1 - Factores que potencializan el crecimiento

En la *Revista Internacional Administración & Finanzas*, Vol. 7 (6) pp. 27-43, 2014 aplicaron una encuesta, en el que se identificaron variables relacionadas con el crecimiento empresarial donde el planteamiento del modelo propuesto en investigaciones anteriores se demostró. Esta encuesta se aplicó a 106 empresas pequeñas y medianas en la ciudad de Santiago de Cali – Colombia; por medio del análisis de la información recolectada, se observó las principales características de las empresas objeto de estudio y se establecieron los factores de crecimiento que pueden ser evaluados y que se encuentran vinculados al crecimiento empresarial. Las micro, pequeñas y medianas empresas (PYMES), por su parte, están legalmente reconocidas en Colombia desde el año 2000. Por ende, su desarrollo y crecimiento se ha incrementado gracias a este estatus legal. Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, estas pymes representan el 90% de todos los negocios del país y no solo generan el 80% los empleos del país, por lo que el crecimiento de hoy es muy exitoso. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) anunció que 2.518.120 pymes están registradas.

8. Marco conceptual

Los siguientes conceptos son palabras claves en la investigación, caracterización de los negocios internacionales en los clústers del Valle Del Cauca Casó: Proteína blanca. Los cuales se citarán a continuación con sus significados.

Negocios internacionales

Los negocios internacionales incluyen una amplia gama de intercambio transfronterizo de bienes, servicios o recursos entre dos o más países. Estos intercambios pueden ir más allá del intercambio de dinero por bienes físicos e implicar la transferencia internacional de otros recursos, como personas y propiedad intelectual. Por ejemplo, patentes, derechos de autor, marcas registradas y datos, bienes u obligaciones contractuales entre otros.

Globalización

Generalizando hablamos de inserción de nuevas tecnologías, visualizadas hacia las modernas posibilidades de elaboración y transferencias de información. Comercialmente se ha prestado para la integración de mercados alrededor del mundo, aportando que a través de la tecnología los procesos de intercambio, pago y recibo sean completamente rápidos y personalizados.

Importación

Según el (Art. 1° Decreto 2685 de 1999) “la importación es el acto de transportar mercancías de procedencia extranjera a nuestro territorio, por otro lado, también se le llama importación la introducción de mercancías procedentes de Zona Franca Industrial de bienes y de servicios, al resto del territorio aduanero nacional.”

Exportación

Según la web de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia, “la exportación se considera la salida de cualquier mercancía de nuestro territorio aduanero colombiano con destino a otro país, con destino alguna zona franca o a un depósito franco con el cumplimiento de los requisitos previstos en la norma, realizado por personas naturales, jurídicas y sucursales de sociedades extranjeras que estén inscritas en el RUT y tengan la calidad de usuario aduanero exportador”.

Incoterms

Según la web de la CCI, son definidos como un conjunto de reglas que esperan ser claros y sencillos al entendimiento de los comerciantes alrededor del mundo para indicarles bajo la visión de exportador o importador sus responsabilidades en diferentes aspectos de una negociación con mercancía, entre los cuales se destacan las licencias, seguros, transportes, entregas y demás formalidades aduaneras que se deben cumplir en un acto de compraventa entre partes separadas geográficamente.

Clúster

Para la Cámara de Comercio de Bogotá, clúster se define como una concentración de empresas e instituciones interconectadas en la actividad económica que desarrollan es de necesidad, que están geográficamente cerca las unas de las otras. Los actores de un clúster trabajan de forma corresponsable y colaborativa en la identificación y el mejoramiento de las condiciones económicas, ambientales y sociales”.

Pymes

Según la Ley 590 del 10 de julio de 2000 "Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas".

- **Microempresa:** No maneja un rango superior a 10 trabajadores, y reporte de activos totales a 501 SMMLV.
- **Pequeña Empresa:** Maneja un rango entre 11 y 50 trabajadores, y reporte de activos totales \gt a 501 y \lt a 5.001 SMMLV.
- **Mediana:** Maneja un rango entre 51 y 200 trabajadores, y reporte de Activos totales entre 5.001 y 15.000 SMMLV.

Cámara de comercio Cali

Según la Cámara de Comercio de Cali donde se identifica que se cumple la función jurídica que nos delegó el Estado de llevar el registro mercantil, en el cual se matriculan las empresas existentes en la ciudad de Cali y en los municipios de Dagua, Jamundí, La Cumbre, Vijes y Yumbo.

9. Marco Legal

Marco Jurídico

La CISG o Convención de las Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías es un tipo de tratado de compraventa internacional multilateral uniforme creado por la UNCITRAL o Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil internacional, fue uno de los 14 contratos firmados en la ciudad de Viena, y por ser el más influyente de estos es conocido como la convención de Viena, firmado en el año de 1980 y ha sido acogido por alrededor de 90 países los cuales conforma un porcentaje de mayoría en el comercio mundial y aún está en etapas de recibir cada día más países a que se acojan a su régimen jurídico uniforme. En parte su éxito se debe a la flexibilidad y logro de adaptación sobre los diferentes sistemas legales y comerciales de los países en todo el mundo.

Impacto de esta en los contratos internacionales:

La CISG está conformada por 101 artículos divididos en 4 grupos que facilitan su entendimiento y las partes de los contratos a crear:

Grupo 1: Generalidades y aplicaciones. (Art. 1 – 13)

Para poder aplicar la normatividad de la CISG los contratos tienen que ser estrictamente de compra y venta de mercancías entre partes situadas en países diferentes y necesariamente ambos tienen que estar vinculados a la convención, existen ciertos casos de excepciones en los que debe aplicarse la normatividad de la convención ya que, si alguno de los países no es vinculado, pero tiene conflicto con uno sí vinculado, si es necesario la aplicación de la CISG.

Grupo 2: Generalidades y aplicaciones. (Art. 14 – 24)

Los contratos deben estar suficientemente precisos para evitar imprevistos o casos de contratos unilaterales, de no ser el caso y encontrar inconsistencias la CISG estipula que cualquier propuesta no dirigida específicamente a una persona o ente jurídico se interpreta como una invitación a hacer una oferta, no un contrato oficial con responsabilidades a cumplir.

Grupo 3: Generalidades y aplicaciones. (Art. 25 – 88)

Son estipulados los deberes del vendedor y del comprador, a quien corresponde la responsabilidad de cada riesgo, además de que también existen obligaciones en común, principalmente del vendedor se espera que sea cumplido con la entrega de la mercancía acordada, demás que la mercancía debe cumplir con toda la documentación requerida según las leyes de ambos países en cuestión, entre otras. Por otro lado, del comprador se espera entre otros, el pago correcto y puntual de la mercancía, el recibimiento de esta y el cumplimiento de los pasos acordados después de ser entregada la mercancía como el transporte al interior.

Grupo 4: Generalidades y aplicaciones. (Art. 89 – 101)

Abarcan más especificaciones sobre obligaciones de entrega y recepción de la mercancía y excepciones que se estén tomando en cada caso específico sobre la aplicación de las normas de la convención según requiera cada negociación, ya que principalmente están dirigidos (estos artículos) a las negociaciones entre Estados, unificando particularidades de las leyes independientes de cada país.

El mercado mundial se ve afectado por la alta velocidad y el afán de crecer, por lo que se desarrollan operaciones complejas, para hacerlo con mayor sencillez y menor margen de error, tomará 1936 para que la CCI desarrolle la primera Cláusula A en la distribución de responsabilidad para transacciones. que divide estas obligaciones comerciales entre las partes del contrato, es decir existen 13 cláusulas entre el exportador y el importador, cuya función principal es evitar

malentendidos en la negociación de mercancías con agentes exportadores en un país y compradores en diferentes países.

La versión más reciente de INCOTERMS fue emitida por la CCI en el año 2020, pero ha sido actualizada muchas veces desde la primera versión de estas que fue en el año de 1936, pues cada 10 años se hace una revisión de las reglas y la actualización de las mismas para su mejor entendimiento e implementación. Según lo anterior cabe aclarar que a pesar de que es un evento programado su actualización, y el reporte de las 2020 ya fue emitido desde ese año, las empresas siguen rigiéndose en su mayoría por la versión pasada del 2010.

10. Metodología

Tipo de investigación:

Se realizaron dos tipos de investigación: 1) Investigación exploratoria, de esta forma, obtuvimos información sobre los errores más comunes que cometen las empresas del clúster de Proteína Blanca del Valle del Cauca en sus prácticas comerciales. 2) Investigación descriptiva, así logramos describir los resultados que nos llevaron a generar conclusiones. Se logró identificar características comunes de los empresarios del Clúster de Proteína Blanca del Valle del Cauca para determinar los tipos de Incoterms utilizados en las diferentes prácticas comerciales.

Diseño de la investigación

Para abordar las preguntas de investigación, el tipo de investigación que se lleva a cabo fue exploratoria, "centrándose en descubrir ideas y percepciones en lugar de recopilar estadísticas precisas". (Los 3 tipos de encuestas de investigación | SurveyMonkey, n.d.). Fueron usados datos secundarios y bases de datos web proporcionados por la Cámara de Comercio de California, además, los datos clave se obtuvieron a través de entrevistas, encuestas, etc.

Fases de la investigación:

Principalmente la identificación de nuestra problemática abarcó desde la historia de los mercados y los negocios, hasta la globalización y los tratados internacionales como los conocemos hoy en día, esto fue un contexto a el uso de los clústers en las economías nacionales y el por qué estos deben desarrollar buenas prácticas mercantiles internacionales.

Nuestro principal antecedente fue una investigación anterior también realizada en la universidad Icesi, sobre la misma caracterización de las negociaciones internacionales en empresas, pero pertenecientes a los clústers de macro snacks y belleza, además de esto añadimos otras investigaciones sobre el avance de las negociaciones a nivel mundial y el uso de los incoterms.

Nuestros objetivos se dividieron en uno general y tres específicos que tuvieron como finalidad ayudarnos a guiar la investigación, las encuestas, el desarrollo y los resultados a una respuesta concisa del manejo de las negociaciones internacionales en los respectivos clústers y finalizar identificando esas estrategias para el mejor uso de las reglas Incoterm.

Con la necesidad de dar un contexto amplio sobre la historia de las relaciones internacionales y como estas llevaron a un mercado internacional, basamos nuestro marco de referencia en la historia del comercio y el avance que las teorías comerciales y la llegada de la internacionalización, junto con la globalización, enfocado en cómo llegamos a estas negociaciones internacionales que nos unen en la actualidad.

Ya que nuestra población son algunas empresas vallecaucanas, estas teorías anteriores tenemos que traerlas a la realidad en el contexto que vamos a analizar, por esta razón nuestro marco contextual, da un indicio de la situación comercial internacional de Colombia, con índices confiables que informan el crecimiento empresarial colombiano.

A lo largo del marco conceptual, nos encargamos de enumerar y aclarar el significado y el uso de palabras necesarias para el buen entendimiento del desarrollo del proyecto, ya que esta espera poder

ser entendido por cualquier persona con acceso a él, también se menciona las partes que ejercen en estos procesos comerciales.

El origen de los interrogantes en los que se basa este proyecto necesita un contexto del marco de la CISG, es necesario tener una breve orientación previa al intento de interpretación de los resultados finales del proyecto, por eso nuestro marco legal intenta explicar de qué manera surgieron Las reglas Incoterms® 2020 de la ICC.

11. Fuentes y técnicas para la recolección de la información

Para llegar al tema de nuestro proyecto investigamos temas de interés para ambas en las que pudiéramos ser guiadas y tuviéramos algo de conocimiento, en ese proceso descubrimos una investigación de proyecto de grado anterior, igualmente de la universidad ICESI, pero sin resultados tan concluyentes debido a que era el primer acercamiento a los clústers del Valle del Cauca, nuestra intención es profundizar la información aumentando el número de clústers bajo la lupa de la investigación. Nuestro proyecto, al igual que el anterior, necesitaba de información precisa y verídica de empresas, incluso independientes, sobre el manejo comercial de aquellas que pertenecen al clúster de proteína blanca en el Valle del Cauca, para esto unificamos investigación cuantitativa y cualitativa en una encuesta representativa con resultados claros.

- Fuentes primarias: Desde el inicio de la investigación fueron usadas bases de datos que nos permitieron hallar artículos científicos verificables para el junte de los antecedentes y desarrollo de los diferentes marcos.

- Fuentes secundarias: Para llegar a entender la magnitud del tamaño del clúster en investigación, logramos contactarnos con el responsable en la CCC del clúster de proteína blanca, y así obtuvimos el listado de empresas que nos deja como población 241 empresas pertenecientes al clúster, sobre esto

nuestra muestra fue calculadora en 149 empresas, que nos permitan obtener resultados confiables.

12. Diseño de la encuesta sobre las diferentes prácticas mercantiles de las empresas del clúster proteína blanca en el Valle del Cauca

En la realización de la encuesta tuvimos en cuenta primero algunas preguntas dirigidas a si las empresas la cuales encuestamos tienen algún conocimiento del proceso de internacionalización o si aplicaban alguna norma INCOTERM. Se diseñó pensando en la disponibilidad de los representantes que se tomaran el tiempo de responder, pero fuera directa para que nos diera resultados de claros y poco ambiguos con la información necesaria para el proyecto. Así mismo, cuando se realizaron las respectivas llamadas a más de 130 empresas, el fin fue identificar si esas empresas pertenecientes al clúster de proteína blanca cumplieran las normas impuestas por los procesos de internacionalización y si aplican o tenían conocimiento de alguna norma INCOTERM.

Preguntas encuestas

Este estudio tiene como objetivo identificar dentro del clústers los errores más comunes que tienen las empresas vallecaucanas con el uso de las reglas INCOTERMS® en el proceso de importación y/o exportación de mercancías.

- **Su empresa ¿cuál de los siguientes procesos internacionales realiza?**

En esta pregunta podemos identificar si la empresa perteneciente al clústers de proteína blanca, maneja algún tipo de proceso de internacionalización o si identifica claramente las normas INCOTERMS

- **¿Usted o su empresa manejan algún tipo de procesos de exportación y/o exportación, inversión extranjera u otra forma, que se relacione con el comercio exterior?**

De acuerdo con esto podemos analizar si las empresas encuestadas manejan algún proceso y si no lo hacen, por lo menos si tiene algunas personas en su compañía que les pueda asesorar en estos temas

- **¿Tiene usted o alguien en su empresa conocimientos acerca de lo que son los incoterms y cómo estos afectan los procesos de negociación internacional?**

Con esta pregunta quisimos identificar si han sido asesorados o tienen alguna persona que les ayude con este tema ya que es importante tener en cuenta en las empresas el buen manejo de las normas INCOTERMS.

- **¿Cuál de las versiones de los Incoterms usa usted o su empresa actualmente?**

Con esta pregunta podemos verificar si la empresa maneja o no alguna de las versiones de los Incoterms con el fin de analizar cuantas empresas lo hacen.

- **¿Conoce los cambios que surgieron en las reglas Incoterms® 2020?**

En esta pregunta pudimos identificar si las empresas aparte de aplicar las reglas, también estaban actualizadas en los cambios que se presentaron en dichas normas.

- **¿Usted o su empresa aplica el articulado oficial de la ICC A1- A10/ B1- B10 en la utilización de los Incoterms®2020?**

Con el lanzamiento de los Incoterms 2020, la ICC, consciente de los errores cometidos frecuentemente en la utilización de los términos, buscaba una nueva forma basada en la correcta enseñanza y aplicación de estos, con el fin de potenciar el comercio internacional. Las reglas que deben seguir el vendedor (A1-A10) y el comprador (B1-B10), sumado a la correcta descripción del Incoterms. Ya que queríamos identificar si las empresas estaban o no en contexto con este articulado o si por el contrario no tenía alguna idea de esto.

- **Identifica claramente ¿Por qué no es recomendable usar los Incoterms® de FAS, FOB, CFR, CIF para transporte de mercancías marítimas en contenedores?**

Estos términos implican que la que la entrega al comprador y la transferencia de riesgo se realice una vez la mercancía esté a bordo del container en el puerto de embarque, sin embargo en el tráfico los contenedores, el vendedor pierde el control de la mercancía antes de la carga, en conclusión estos términos no son los más adecuados e introducen unos riesgos adicionales en ambas partes se deben tener en cuenta y por este motivo es importante si la empresa encuestada, sabe o realiza alguna de estas siglas en los Incoterms.

- **De los 11 Incoterms® 2020 seleccione los más usados en su empresa en los contratos internacionales**

En esta pregunta podemos concluir si la empresa sabe o conoce los Incoterms presentados en las respuestas con el fin de que si no los conoces y la selección se pueda evidenciar una discordia o si la empresa de verdad sabe sobre el tema de los Incoterms

- **Cuáles de los Incoterms® 2020 considera usted que tienen mayor dificultad en sus obligaciones para ser implementadas por usted o su empresa**

Las Incoterms presentadas en la respuesta eran las mismas que la pregunta pasada con el fin de que también seleccionará las más adecuada y si tenía algún conocimiento.

- **¿Qué factores considera los más influyentes para el uso de una regla Incoterm® 2020?**

Podemos analizar que de acuerdo con lo respondido anteriormente se demuestre que algunos factores que influyen para el uso de las reglas lo puedan identificar las empresas.

- **¿Seleccione las opciones que más utiliza para mantenerse informado acerca de los Incoterms® 2020?**

En esta pregunta quisimos identificar si las empresas pertenecientes a los clústers de proteína blanca están al tanto de cada una de las reglas impuestas por los Incoterms y si están pendientes de sus cambios.

• **¿Su empresa ha recibido en algún momento asesoramiento para el uso adecuado de las Incoterms®?**

Por último, con esta pregunta podemos identificar si lo respondido anteriormente tiene algún significado o simplemente lo respondieron por que no tenían conocimiento, con el fin de si en las empresas contratan o tienen alguna persona especializada en el tema de internacionalización y las normas Incoterms.

13. Analizar el uso de las reglas Incoterms® 2020 de la ICC por las empresas del clúster de proteína blanca en el Valle del Cauca y sobre esto definir las que más dificultad tienen para ser implementadas por las empresas

Pregunta #1

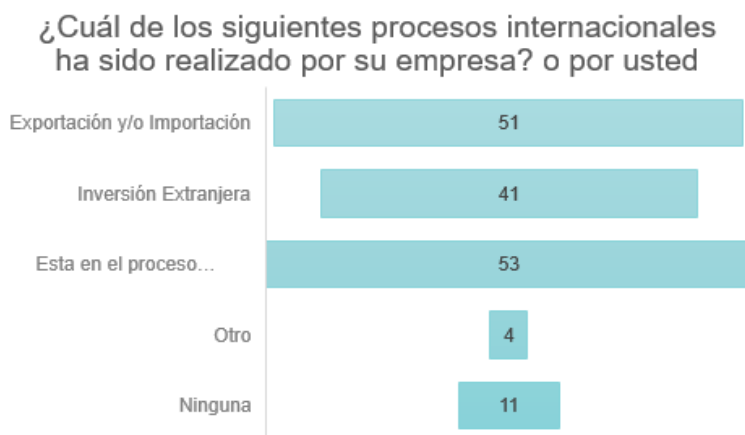


Ilustración 2 - Pregunta 1

Se evidencia que las empresas de este clúster mayormente están en proceso de internacionalización con un 35,1%, seguido de un 33,8% de actividades de exportación e importación, ya que esto suma una mayoría en la cantidad de empresas, se esperaría un conocimiento de temas relacionados con la comunicación y los acuerdos con partes internacionales.

Pregunta #2

¿Tiene usted o alguien en su empresa conocimientos acerca de lo que son los incoterms y cómo estos afectan los procesos de negociación internacional?

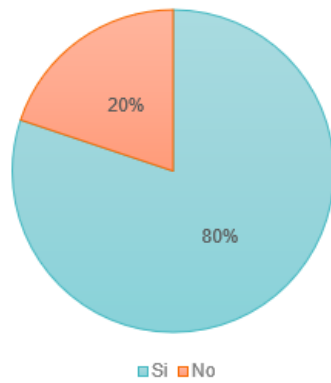


Ilustración 3 - Pregunta 2

Se identificó en esta pregunta que el 80% de los encuestados, no tienen conocimiento sobre los incoterms y como afectan en los procesos de internacionalización, en base a este resultado se espera que así guiase la ruta de la coherencia de las respuestas de las demás preguntas.

Pregunta #3

¿Cuál de las versiones de los Incoterms usa usted o su empresa actualmente?

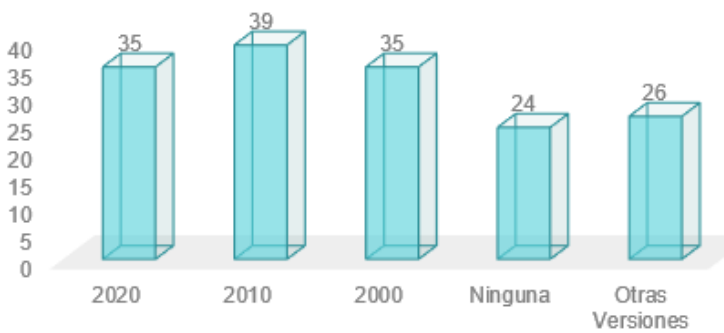


Ilustración 4 - Pregunta 3

La mayoría de las empresas utilizan la versión incoterms 2010, es decir, el 26% de los resultados de la encuesta, la cual no es muy antigua, pero tampoco es la más actualizada, también se puede observar que quienes no manejan ninguna versión, a pesar de ser minoría, son un porcentaje crítico, que se esperaba fuera menor al 16% que refleja.

Pregunta #4

¿Conoce los cambios que surgieron para las reglas Incoterms® 2020?

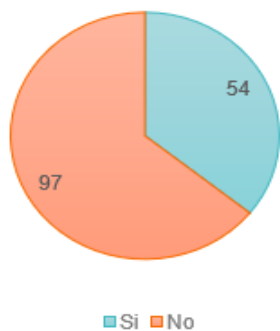


Ilustración 5 - Pregunta 4

Los resultados de esta pregunta no son nada alentadores, pues las personas de estas empresas consideran en su mayoría (64%) que no están al tanto de los cambios que surgen versión a versión de estas reglas, en este caso, de 2010 a 2020, pero maneja coherencia con el hecho de que la mayoría de las empresas, aun usan la versión 2010.

Pregunta #5

¿Usted o su empresa aplica el articulado oficial de la ICC A1- A10/ B1- B10 en el uso de los Incoterms®2020?

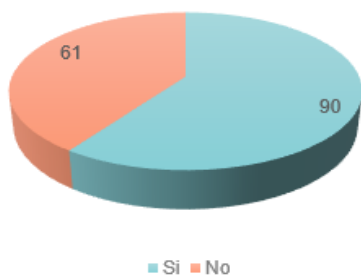


Ilustración 6 - Pregunta 5

Por otra parte, se cuestionó si conocían el verdadero cambio de los Incoterms® 2020 a los empresarios con la pregunta de conocimiento sobre el articulado, dando a conocer que el 40% no conoce este articulado y el 60% si lo conoce, esto significa que la mayoría de los empresarios prefiere mantener actualizado.

Pregunta #6

Identifica claramente ¿Por qué no es recomendable usar los Incoterms® de FAS, FOB, CFR, CIF para transporte de mercancías marítimas en contenedores?

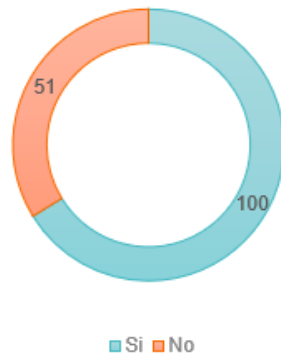


Ilustración 7 - Pregunta 6

Esta pregunta específica, buscaba identificar el verdadero conocimiento sobre las normas al cuestionar el por qué no es recomendable utilizar los Incoterms® 2020 FAS, FOB, CFR y CIF para transporte marítimo, pero el 44% expresó no saber y el restante sí.

Pregunta #7

De los 11 Incoterms® 2020 seleccione los más usados en su empresa en los contratos internacionales

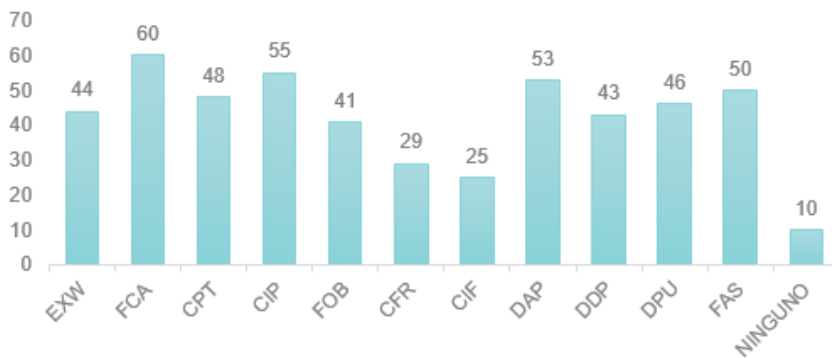


Ilustración 8 - Pregunta 7

De los 11 Incoterms® 2020 los más usados por los empresarios vallecaucanos en el clúster son FCA (40%), CIP (36%) y DAP (35%), mientras que los menos usados son CIF (17%) y CFR (19%), en este caso, sería lo ideal identificar si son menos usados por falta de conocimiento o porque para los procesos internacionales que realizan son los menos necesitados.

Pregunta #8

¿Cuáles de los Incoterms® 2020 considera usted que tienen mayor dificultad en sus obligaciones para ser implementadas por su empresa? o usted

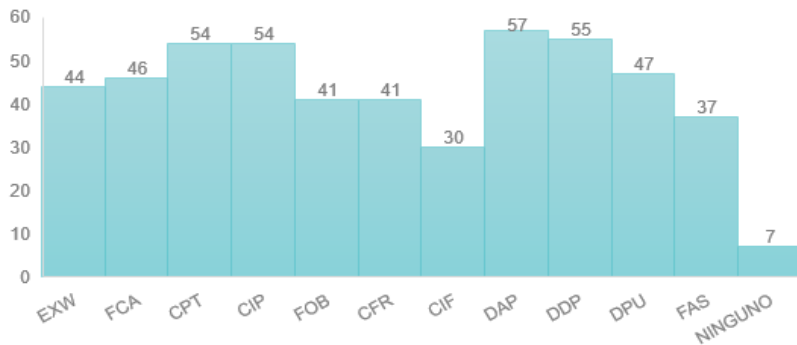


Ilustración 9 - Pregunta 8

De los 11 Incoterms ® 2020 los que más dificultad le causan a los empresarios para implementar en los contratos son CPT (36%), CIP (36%), DAP (38%) y DDP (36%), mientras que los menos identificados como dificultosos de implementar en contratos son CIF (20%), FOB (27%) y CFR (27%).

Pregunta #9

De las siguientes redacciones de un Incoterm® seleccione la que cree correcta:

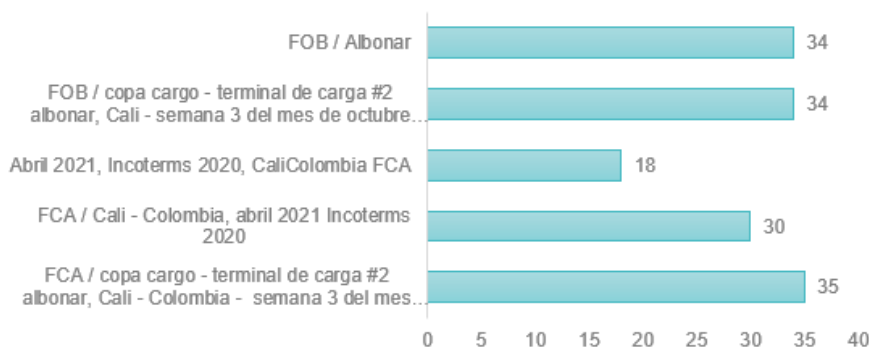


Ilustración 10 - Pregunta 9

En las redacciones de un Incoterms ® 2020 la mayoría (23% o 35 personas) de los empresarios eligieron la respuesta correcta que es “FCA / copa cargo - terminal de carga #2 albonar, Cali - Colombia - semana 3 del mes de octubre 2022”, pero el porcentaje no es alentador ya que sumando a todos los que eligieron respuestas incorrectas dan la verdadera mayoría.

Pregunta #10

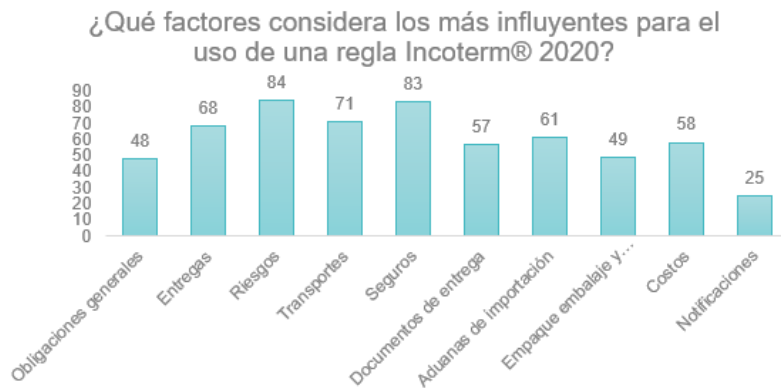


Ilustración 11 - Pregunta 10

La respuesta correcta son todos, así que esperábamos que hubiera menos brechas entre todas las respuestas, y todos los factores estuvieran marcadas más parejamente, pero en este caso los empresarios identifican como más influyentes al riesgo (56%), los seguros (55%) y transporte (47%) de las reglas Incoterms ® 2020.

Pregunta #11

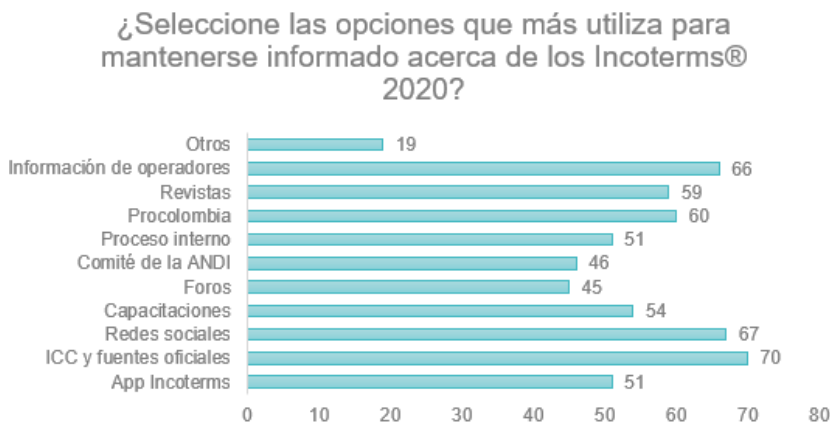


Ilustración 12 - Pregunta 11

La única fuente de información oficial son las cámaras de comercio, más no significa que las demás fuentes solo den información errónea, en este caso los resultados dijeron que los empresarios usan en su mayoría esta fuente (46%) para mantenerse informados sobre las reglas Incoterms ® 2020, pero es preocupante que fuentes como redes sociales tengan un porcentaje tan alto (44%).

Pregunta #12

¿Su empresa ha recibido en algún momento asesoramiento para el uso adecuado de las Incoterms®?

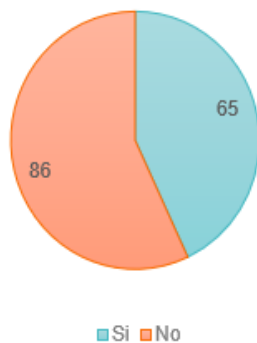


Ilustración 13 - Pregunta 12

En su mayoría (57%) las empresas no han recibido asesoría profesional para usar las reglas Incoterms ® correctamente independientemente de la versión que deseen usar, dejándolas más vulnerables al momento de hacer tratos con el extranjero, pues de esta manera aceptan tratos que económicamente no son convenientes para ellas.

14. Proponer parámetros de mejora estratégica que aporten al mejoramiento el conocimiento y uso adecuado de las reglas Incoterms® 2020 de la ICC por las empresas del clúster de proteína blanca en el Valle del Cauca

Después de analizar los resultados que nos reveló la encuesta entendimos que las empresas tienden a creer que tienen conocimientos certeros en el uso de las reglas Incoterms ® y que las personas encargadas de velar por los acuerdos justos en los contratos internacionales están haciendo su mejor esfuerzo, pero los resultados económicos de las empresas se van a ver altamente beneficiados si les dan la importancia necesaria a las reglas y comienzan a tener ventaja en contratos de alto valor. Para que esto sea posible es necesario que se generen parámetros y acciones en busca de una mejora en el conocimiento y consecutivamente en el uso adecuado de las reglas Incoterms® 2020 de la ICC, y proponemos el siguiente:

- Campaña de la CCC para promover el buen estudio de las reglas: Se esperaría que la Cámara de Comercio de Cali tenga la capacidad de crear una especialización a través de un curso (que se dicte mínimo una vez al año) que tenga el fin de mantener actualizadas

a las personas encargadas de la comunicación y comercio exterior de las empresas de todos los clústers del valle, además que ahí tengan la capacidad y disposición de resolver dudas, presentar casos e informarse ante temas desconocidos, todo alrededor del uso de las reglas Incoterms® vigentes según corresponda.

A través de esta campaña se espera crear conciencia en los empresarios del Valle del Cauca, sobre temas de actualidad, comercio, comunicación, economía, transportes y seguros, etc. como consecuencia de esto, es predecible que la industria de la proteína blanca proveniente del Valle de Cauca comience a tener mayor protagonismo en el mundo, por su calidad y buen manejo de la negociación, lo cual es un factor importante que llama la atención de los empresarios e inversionistas del exterior pues, se facilita la comunicación y se llega a acuerdos mucho más rápido y sin ventajas hacia una de las partes.

15. Conclusiones

En 2021 en Colombia se registró la existencia de 5,4 millones de micro, pequeñas y medianas empresas. El Departamento Administrativo de Estadística (DANE) estima que estas empresas representan 90 % del sector productivo total del país, aunque se puede evidenciar que en algunos datos asciende al 99 % del tejido económico nacional y que el país contribuye a que las pymes que hay, generan 40% del PIB nacional. Las empresas trabajan fuertemente para llevar al máximo su competitividad en dichos mercados, llevando su oferta exterior para expandir cada día su negocio. En pocas palabras todas las empresas que conforman el sector colombiano son de suma importancia para el desarrollo y crecimiento de nuestro país en cuanto a temas de productividad, empleabilidad y económico.

En esta investigación se logró identificar que la mayoría de empresas pertenecientes a los clústers de proteína blanca no tenían conocimiento acerca del articulado oficial de la ICC A1-A10/B1-B10 en el uso de las reglas Incoterms 2020 aparte se idéntico varias empresas las cuales dio como resultado un 53% en el total de encuestados, que está en proceso de internacionalización lo cual es

una suma bastante considerable la cual nos permite identificar que las empresas pertenecientes a estos clústers de proteína blanca, no tiene el conocimiento suficientes sobre la interacción con las otras empresas para realizar este proceso

16. Recomendaciones

Para las empresas se debe dar un breve repaso y obtener conocimiento sobre el articulado oficial de la ICC A1-A10/B1-B10 en el uso de las reglas Incoterms 2020 sumando la correcta descripción del uso de los incoterms en el contrato principal y los contratos auxiliares que permiten que el comercio mundial, entre las empresas privadas se realicen sin generar alguna controversia o sobre costos a la empresa.

Por otro lado, es importante recalcar que se debe seguir haciendo más investigaciones sobre si las empresas realizan algún proceso de internacionalización, o aplican las normas Incoterms de cualquier año o versión, sin embargo, es de suma importancia que las empresas pertenecientes al clúster de proteína blanca, amplíen un estudio riguroso de las prácticas mercantiles, obteniendo así un panorama generalizado y desarrollar alternativas para una adecuada implementación de las normas incoterms.

17. Anexos

Tabla 1 - Ficha Técnica

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA	
Ámbito	Valle del Cauca
Población	Empresas pertenecientes al clúster de Proteína blanca
Tamaño de Muestra	De 241 empresas en total, se necesita una muestra de 149 respuestas en la encuesta para que cumpla con los parámetros
Procedimiento de muestreo	Uso de nivel de confianza en 95% y margen de error 5%
Fecha de realización	Inicio de rotación de la encuesta 16/9/2022

Sugerencias y comentarios de los empresarios

Sugerencias, comentarios o anexos de conocimiento
Gracias a esta encuentra me hicieron concientizarme de que mi empresa debe tener un asesoramiento
Muy bien
Muy interesante de responder
El buen manejo y conocimiento de los incoterms, disminuye los posibles inconvenientes y contrariedades que se puedan presentar en un proceso de exportación e importación

Ilustración 14 - Sugerencias y comentarios de empresarios

18. Bibliografías

- Análisis de atracción de inversión extranjera a países de la Alianza del Pacífico - https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/2330/pdf
- Estrategias de conectividad multimodal como soporte a las iniciativas clúster en el Valle del Cauca - https://repository.unicatolica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12237/1062/ESTRATEGIAS_CONECTIVIDAD_MULTIMODAL_COMO_SOPORTE_INICIATIVAS_CLUSTER_DEL_VALLE_CAUCA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Evolución histórica de los negocios - <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/cartera/economia/2016/01/20/evolucion-historica-de-los-negocios>
- ANÁLISIS DEL INTERCAMBIO COMERCIAL ENTRE EL VALLE DEL CAUCA Y CHINA, INDIA, JAPÓN, COREA DEL SUR Y SINGAPUR https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/78107/1/analisis_interambio_comercial.pdf
- ICESI, HURTADO, D., & SÁNCHEZ, D. C. (2015, mayo). *TEORÍA CLÚSTER*. ICESI. https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/78622/1/TG01002.pdf
- U. VALLE, & ALGARIN, A. L. (2019). *DESEMPEÑO FINANCIERO DE LAS EMPRESAS MÁS GRANDES PERTENECIENTES AL CLÚSTER DE PROTEÍNA BLANCA EN EL VALLE DEL CAUCA*. U. VALLE. <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/17006/CB-0600423.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Icesi, GARCÍA, E. T., & QUICENO, O. D. (2021). *CARACTERIZACIÓN DE LAS NEGOCIACIONES INTERNACIONALES EN LOS CLÚSTER DEL VALLE DEL CAUCA CASO: MACROSNACKS Y BELLEZA*. Icesi. https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/88617/1/TG03222.pdf
- Iecon, & GALASO, P. (2018, marzo). *Redes de cooperación entre empresas: un estudio aplicado a cinco clústers en Uruguay*. Iecon. <https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/bitstream/20.500.12008/19003/1/dt-04-18.pdf>
- Banco de España, GADEA, M. D. (2019). *CICLOS ECONÓMICOS Y CLUSTERS REGIONALES EN EUROPA*. Banco de España. <https://repositorio.bde.es/bitstream/123456789/10221/1/do1914.pdf>
- U. VALLE, & ALGARIN, A. L. (2019). *DESEMPEÑO FINANCIERO DE LAS EMPRESAS MÁS GRANDES PERTENECIENTES AL CLÚSTER DE PROTEÍNA BLANCA EN EL VALLE DEL CAUCA*. U. VALLE. <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/17006/CB-0600423.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- El universal, Quesada, J. A. (2016). *Evolución histórica de los negocios*. El universal. <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/cartera/economia/2016/01/20/evolucion-historica-de-los-negocios>

- Economipedia, & Quiroa, M. (2015). *Globalización*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/globalizacion.html>
- DANE. (2021). *Crecimiento económico*. Cámara de comercio Bogotá. <https://www.ccb.org.co/observatorio/Analisis-Economico/Analisis-Economico/Crecimiento-economico/Informe-de-exportaciones#:~:text=Fuente%3A%20DANE%20%E2%80%93%20Exportaciones.,-%C2%B4&text=En%20el%20per%20C3%ADodo%20enero%20%E2%80%93%20diciembre,incremento%20de%2036%2C2%25>
- Cámara de comercio Cali. (2022, febrero). *Grupo de estudios empresariales y de competitividad* (N.º 72). <https://www.ccc.org.co/inc/uploads/2022/02/Informe-RE-72.pdf>
- Cámara de comercio cali, & Sandoval, G. A. (2016). *Sistema moda*. Cámara de comercio Cali. <https://www.ccc.org.co/landing/plataforma-cluster/#modas>
- U. Icesi, Cheng, J. E., Mosquera, A. F. (2016). *ESTRUCTURACIÓN LOGÍSTICA DE LA CADENA DE FRÍO PARA EL SECTOR DE PROTEÍNA BLANCA EN LOS TERMINALES DE BUENAVENTURA*. U. Icesi. https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/81024/1/cheng_estrucuracion_logistica_2016.pdf
- Rojas, J. (2004). Mercantilismo. En *Mercantilismo* (pp. 1–15). <https://cendoc.esan.edu.pe/fulltext/e-documents/DDD234.pdf>
- Czinkota, M. R. (2007). *Negocios internacionales*. *Negocios internacionales*. <https://biblioteca.uazuay.edu.ec/buscar/item/62647>
- Hirsch, J. (2017). *Que es la globalización*. *Que es la globalización*. <https://www.cibertlan.net/biblio/tidlectrsbascs/Hirsch.pdf>
- C.Á.M.A.R.A C.O.M.E.R.C.I.O D.E C.A.L.I. (2021). *Ritmo exportador*. *Ritmo exportador*. <https://www.ccc.org.co/file/2021/06/Informe-RE-66-.pdf>
- Chavarro, A. (2021). *Teorías de investigación*. LBU. <https://eprints.leedsbeckett.ac.uk/id/eprint/3523/1/Teorias%20de%20Internacionalizacion.pdf>