



**Indicadores de competitividad para la internacionalización del departamento del Valle
del Cauca entre el 2017 - 2022**

Paula Andrea Avirama Castrillon

20702018845

Universidad Antonio Nariño

Programa Comercio internacional

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Cali, Colombia

2023

**Indicadores de competitividad para la internacionalización del departamento del Valle
del Cauca entre el 2017 - 2022**

Paula Andrea Avirama Castrillon

Proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:
Profesional en comercio exterior

Director (a):

Jeisson Ipia Astudillo

Línea de Investigación:

Análisis de los indicadores de competitividad con relación a la internacionalización

Universidad Antonio Nariño

Programa Comercio internacional

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Cali, Colombia

2023

NOTA DE ACEPTACIÓN

El trabajo de grado titulado Indicadores de competitividad para la internacionalización del departamento del Valle del Cauca entre el 2017-2022, Cumple con los requisitos para optar Al título de Profesional en Comercio Internacional.



Firma del Tutor

Firma Jurado

Santiago de Cali, 30 de mayo del 2023.

TABLA DE CONTENIDO

Tabla de Ilustraciones	IV
Indice de Tablas	VI
Resumen	IX
Abstract	X
Introducción	1
Antecedentes	4
Aproximación del Marco Teórico.	8
Objetivo general y específicos	16
4.2 Objetivo general	16
4.2.1 <i>Objetivos específicos</i>	16
Justificación	17
Marco Metodológico	22
Principales iniciativas propuestas desde el Estado y el sector privado para la internacionalización de las empresas en el Valle del Cauca.	24
11.1 CONPES(Consejo Nacional de Política Económica y Social)	26
11.2 Política Nacional Logística	27
11.3 Cámara de Comercio de Cali - Internacionalización empresarial	28
11.4 Trabajo de gobernación y alcaldías	29
Relación de los resultados de los indicadores de competitividad dirigido a exportaciones realizadas en los años 2017-2022 en el departamento del Valle del Cauca iniciativas del Estado y estrategias del sector privado para internacionalizar el Valle del Cauca	32

12.	34
12.1	Comparación Indicadores Conpes- 2017-2022	34

Descripción de resultados de los indicadores de competitividad: sofisticación y diversificación, y tamaño del mercado, del Consejo Privado de Competitividad, con las exportaciones del valle del Cauca entre el periodo de los años 2017- 2022.....38

Evaluar las estrategias de internacionalización usadas por otros países y regiones para acceder de forma competitiva al mercado internacional, mediante una matriz DOFA.58

1. Conclusiones64

2. Anexos67

Referencias71

Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1:	24
Ilustración 2:	31
Ilustración 3:	34
Ilustración 4:	34
Ilustración 5:	34
Ilustración 6:	35
Ilustración 7:	35
Ilustración 8:	36
Ilustración 9:	36
Ilustración 10:	36
Ilustración 11:	37
Ilustración 12:	42
Ilustración 13:	45
Ilustración 14:	48
Ilustración 15:	51
Ilustración 16:	53
Ilustración 17:	55
Ilustración 18:	56
Ilustración 19:	56
Ilustración 20:	57
Ilustración 21:	67

Ilustración 22:	67
Ilustración 23:	67
Ilustración 24:	68
Ilustración 25:	69

Indice de Tablas

Tabla 1:	38
Tabla 2:	40
Tabla 3:	40
Tabla 4:	43
Tabla 5:	44
Tabla 6:	46
Tabla 7:	47
Tabla 8:	48
Tabla 9:	50
Tabla 10:	50
Tabla 11:	52
Tabla 12:	52
Tabla 13:	53
Tabla 14:	54
Tabla 15:	58
Tabla 16:	62
Tabla 17:	70

(Dedicatoria)

*A Dios y a mi madre, que me han brindado su
compañía, sus consejos y su apoyo en esta carrera
llamada vida.*

(Agradecimientos)

A Dios por darme su sabiduría y su fuerza en el diario caminar. A mi madre Zulena Castrillón Brand, que me ha dado su luz en momentos de oscuridad y ha estado detrás de muchos logros en mi vida.

A la Universidad Antonio Nariño, por todas las herramientas académicas entregadas en pro de mi formación profesional. A mi tutor Jeisson Ipia Astudillo por su orientación, su paciencia y conocimiento brindado en cada fase de la investigación.

Finalmente, a Guillermo Pisco, por su apoyo, sus asesorías y sus consejos técnicos en el transcurso de esta etapa tan trascendental de mi vida profesional.

Resumen

Este documento identifica un conjunto de indicadores de competitividad y su relación con la internacionalización en el departamento del Valle del Cauca en el periodo 2017-2022. Para lograr tal propósito se evalúa la competitividad del Departamento considerando 12 pilares agrupados en 3 subíndices: elementos básicos, potenciadores de eficiencia e innovación y sofisticación. Estos subíndices miden indicadores de competitividad relacionados con: sofisticación, diversificación, y tamaño del mercado calculados por Consejo Privado de Competitividad. Para ello se utiliza una metodología descriptivo correlacional que inicia con la recopilación de datos, selección de indicadores, revisión bibliográfica y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos arrojados por el Consejo Privado de Competitividad, la Comisión Nacional de Competitividad, la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, entre otras fuentes de información relacionadas con las exportaciones del departamento que se relacionan en este trabajo con la internacionalización. Dentro de los hallazgos más relevantes se encontró que la tendencia de comportamiento de los indicadores y las exportaciones propende a variar proporcionalmente, factor que refuerza la idea del impacto que tienen los dos pilares elegidos para influir de manera positiva en la internacionalización del departamento del Valle del Cauca en los años de estudio.

Palabras claves: Exportaciones, comercializaciones, Internacionalización, Valle del Cauca.

Abstract

This document identifies a set of competitiveness indicators and their relationship with internationalization in the department of Valle del Cauca in the period 2017-2022. To achieve this purpose, the competitiveness of the Department is evaluated considering 12 pillars grouped in 3 sub-indices: basic elements, efficiency and innovation enhancers, and sophistication. These sub-indices measure competitiveness indicators related to: sophistication, diversification, and market size calculated by the Private Competitiveness Council. For this purpose, a descriptive correlational methodology is used, starting with data collection, selection of indicators, bibliographic review and analysis of quantitative and qualitative data provided by the Private Competitiveness Council, the National Competitiveness Commission, the National Tax and Customs Directorate, among other sources of information related to exports from the department that are related to internationalization in this work. Among the most relevant findings, it was found that the behavior trend of the indicators and exports tends to vary proportionally, a factor that reinforces the idea of the impact of the two pillars chosen to positively influence the internationalization of the department of Valle del Cauca in the years under study.

Keywords: Exports, commercialization, Internationalization, Valle del Cauca.

Introducción

Mucho se teoriza frente a la competitividad, así como los alcances de la misma y sus delimitaciones, por ejemplo, Medeiros, Gonçalves Godoi, & Camargo Teixeira (2019, Pag 8) señalan que para Ferraz, Kuper y Haguenaer (1996) “*la competitividad puede definirse como la capacidad de una empresa para crear e implementar estrategias competitivas y mantener o aumentar su cuota de productos en el mercado de manera sostenible*”; es decir, la capacidad para sobresalir frente a sus competidores en el mercado, ya sea en la gestión de factores controlados y/o no controlados por la empresa. Por otra parte, ya sea si las políticas públicas o el mejoramiento progresivo de la calidad de vida de los vinculados a la institución, o su innovación, sean los factores esenciales para medir la competitividad de una empresa; es cierto que coinciden en una relación positiva en el crecimiento económico a largo plazo de una región, zona de influencia o país.

Para fines prácticos, se ha trasado desde el Foro Económico Mundial (WEF)¹ que la competitividad, cuando se está evaluando países, es “*el conjunto de políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país*” (Cann, 2016). A la definición se le asignan matices como el bienestar, la empleabilidad y la seguridad económica; sin embargo, dichas definiciones sostienen la productividad como el eje central de los competitivo. Lo antes expresado, aunado a la ya establecida definición adaptada por el Concejo Privado de Competitividad², se entiende que la evaluación de competitividad se da bajo 12 pilares agrupados

¹ Siglas en ingles

² De acuerdo con el Ministerio de Educación Nacional de Colombia, el Concejo Privado de Competitividad se asume como una entidad sin ánimo de lucro que busca mejorar en el corto mediano y largo plazo los índices de competitividad de Colombia, esto aportando, recomendaciones, tendencias y riesgos. La institución se integra en la Secretaría técnica de la Comisión Nacional de Competitividad. Extraído de: <https://www.mineducacion.gov.co/1621/article->

en 3 subíndices que son; los elementos básicos, potenciadores de eficiencia y, por último, la innovación y la sofisticación (Cann, 2016).

Aunque la calificación y la gestión de los datos obtenidos por cada Estado miembro del WEF se hace teniendo en cuenta los contextos individuales de cada nación y así, evidenciar desde las capacidades y competencias de cada organismo territorial, su evolución y factor de incidencia dentro de las economías. Los pilares que realizan la medición se dividen entre los subíndices de la siguiente forma. Requerimiento básico, se le integran las Instituciones, la infra estructura, el ambiente macroeconómico y la salud y educación primaria; inicialmente, se evalúa la existencia de las organizaciones o entidades, los medios y la formación necesaria para entrar en el mercado internacional para, finalmente, estudiar su incidencia y evolución.

Para el segundo subíndice denominado promotores de eficiencia, la educación superior y capacitación, el mercado de bienes, el mercado laboral, mercado financiero, disponibilidad tecnológica y tamaño del mercado corresponden a los pilares que cuantifican la situación de cada país; sujeto a ellos, el subíndice estudia los escenarios donde se ejercita el mercado, se encargan de presentar la realidad del ejercicio comercial y la competencia existente de los individuos que la afectan y se afectan por este; es decir, estudia el mercado y quienes trabajan directamente, su calidad y cantidad. Para el tercer subíndice, los factores de innovación y sofisticación, direcciona la competencia de las empresas, su capacidad para adaptarse a las nuevas tendencias, las crisis y los escenarios que supongan quebrar las redes empresariales del Estado, y por redes señalamos su capacidad de interconectar, no a las estructuras que atenten contra la competencia,

Es necesario señalar el lineamiento porque liga directamente a la razón de la presente investigación. Con base en lo definido como competitividad y su intrínseca conexión con la internacionalización, este proyecto tiene por objetivo analizar los principales indicadores de competitividad para la internacionalización del departamento del Valle del Cauca entre 2017 y 2022.

Antecedentes

Identificar la relación entre los indicadores de competitividad, la competitividad y la internacionalización es elemental, por esta razón se realiza una revisión documental de la información previa, estudios de autores que han abordado la temática propuesta desde algún punto de convergencia, y así fijar un punto de partida para seguir desarrollando la investigación.

Ramírez y de Aguas (2017) llevaron a cabo una investigación llamada el “Escalafón de la Competitividad de los Departamentos de Colombia 2017”, este pone como marco conceptual y planteamiento base a la competitividad regional en 5 factores, fortaleza económica, infraestructura y logística, bienestar social y capital humano, ciencia, tecnología e innovación, institucionalidad y gestión pública. Entre los resultados obtenidos que conciernen al presente tema de estudio denoto el factor de fortaleza económica, hallan resultados territoriales, donde departamentos como Antioquia, Santander, Risaralda, Caldas, Atlántico y Valle del Cauca estaban liderando los niveles de competitividad, en el área geográfica detectaron Antioquia-Eje Cafetero-Valle del Cauca como departamentos con ventaja locativa, haciendo un análisis entre los años (2015-2017) no encontraron cambios notables que evidencien incremento en los niveles de competitividad, se mantienen.

Utilizando el método de Escalafón de la Competitividad implementaron el ACP(Análisis de Componentes Principales), procedimiento estadístico de aprendizaje para llevar a cabo el estudio. Por otro lado, en términos porcentuales así se dio en importancia, “El ordenamiento de los temas, de acuerdo con su peso en el factor, es: servicios financieros (32,0%), tamaño y crecimiento del mercado (27,1%), sociedades y emprendimiento (16,6%), estructura productiva (14,1%) y comercio exterior (10,2%). Este se mantiene similar al orden de 2015, con estas variaciones: gana peso la estructura productiva y el emprendimiento, y pierden levemente todas

las demás (cuadro 3.1). Este cambio es el resultado de la caída de los precios internacionales del petróleo, que coloca mayores ventajas competitivas en la diversificación productiva y la iniciativa empresarial”. (Juan Carlos Ramírez J. y Johan Manuel de Aguas P/ Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2017).

Mariasole Banno, Lucia Piscitello & Celeste Várur (2013), elaboraron un artículo investigativo sobre el impacto de la intervención pública en el crecimiento internacional de las regiones, denominado “Determinantes de la internacionalización de las regiones: el papel y la eficacia de las medidas de política pública”, (el análisis empírico se lleva a cabo para veinte regiones italianas NUTS-2 durante el período 2003–2009). enfocan su marco conceptual en los determinantes que dan paso a ese crecimiento. Los resultados expuestos en proposiciones muestran varios factores, Proposición 1: la inversión en creación de conocimiento podría generar un mayor efecto en la internacionalización. Proposición 2: el conocimiento obtenido de las experiencias internacionales en otros momentos representa importancia para la SIED (Servicio de Facilitación de la Inversión). Proposición 3: la existencia de empresas que lideran el mercado local no proporciona el crecimiento. Entre otros resultados, destaca la efectividad del apoyo financiero, el orden regional como elemento clave para la internacionalización. En conclusión se logra confirmar que las variables locales, tales como el conocimiento, las competencias, los activos de capital humano disponibles en la región, así como su conexión internacional, incentivan la SIED y la expansión de las empresas a nivel internacional (Mariasole Bannò, 2015).

Santa, Morante y Tegethoff , realizaron un libro nombrado Regiones inteligentes: La competitividad en el Valle del Cauca, donde buscan realizar un análisis del panorama del Valle del Cauca en cuestiones de competitividad para el crecimiento social, económico y empresarial de

Colombia. Utilizaron el modelo SEM (Structural equation modeling) para el análisis de datos, siendo una investigación confirmatoria buscaron dar explicación, cuantificación y análisis a la aplicación de las teorías económicas sobre determinadas variables económicas del Valle del Cauca, como resultado encontraron que para generar altos niveles de competitividad local e internacional se requiere fortalecer las redes de confianza entre el sector empresarial, el gubernamental, el académico e incluso el social, que permitan recoger las distintas herramientas, tangibles e intangibles para promover ventajas competitivas a largo plazo. Además sugirieron la importancia de la intervención del gobierno con la creación de nuevas alianzas con Europa y Estados Unidos.

También, la coordinación para la creación de clusters (se define como una concentración de empresas e instituciones interconectadas en la actividad económica que desarrollan, cerca geográficamente unas de otras (Camara de comercio de Bogotá, s.f.)). Por otro lado, muestran la importancia de estar en un constante estado de aprendizaje del mercado, con los clientes, con las preferencias y las demandas, cautivando nuevos mercados y así mejorar los indicadores de desempeño. (Ricardo Santa Diego Morante Thomas Tegethoff Santa, 2019).

Cifuentes y Bedón, plantean estudiar las hipótesis del crecimiento impulsado por las exportaciones (ELG) o las ex-portaciones impulsadas por el crecimiento económico (GDE) a nivel departamental en Colombia. Hablando implícitamente sobre el crecimiento como competitividad, en el sentido de las dos hipótesis. Implementaron una tecnología nueva llamada partial cusality, “La metodología propuesta es robusta para encontrar relaciones de causalidad en presencia de variables exógenas o latentes no observadas” (Alonso Cifuentes & Mueces Bedón, 2022).

Ahora bien, dentro del contexto territorial que aborda el departamento del Valle del Cauca y su competitividad, el Departamento de Planeación Nacional (DPN) (2011) realizó un estudio de competitividad dentro del departamento en el año 2011. La investigación, en colaboración con economistas de la Universidad ICESI, realizaron un análisis de la competitividad del sector agroindustrial presentes en el territorio, para ello evaluaron las políticas aplicadas a la fecha, los productos o bienes en el sector, la capacitación de quienes trabajaban en el sector, así como la oportunidad laboral, la incidencia internacional y la proporción dentro del mercado laboral dentro del territorio. Como resultado se descubrió que los bienes principalmente comerciados son la palma de aceite y la caña de azúcar, el territorio posee poca capacidad vial para distribuir y comerciar otros bienes de baja incidencia como las hortalizas, frutas y verduras; la tecnificación así como la población cualificada era relativamente baja, así como su capacidad de innovación.

Por otro lado, la exportación dentro del territorio se ha visto afectada positivamente. Su producto agro industrial insigne es preferente en el mercado internacional y son los mayormente exportados; además, se han presentado políticas favorables que permiten y propician la comercialización del producto en un mercado extranjero. Países como Chile y la Unión Europea son los principales compradores, una de las razones es la existencia del puerto marítimo internacional de Buenaventura. Como conclusiones, se encuentra que la oportunidad de mejora para la región se encuentran en la innovación, la aplicación de nuevas tecnologías, así como en capacitar población cualificada que pueda abaratar costos y reducir los márgenes de pérdida de los productos; a nivel estatal, es necesario la aplicación de políticas en infraestructura vial que facilite la conexión entre Buenaventura con el resto del departamento.

Aproximación del Marco Teórico.

Para la presente investigación, es necesario establecer una ruta conceptual. Establecer los puntos teóricos sobre los que se sustente y se dé un eventual análisis o resultados se logra al evaluar la discusión, los términos y los conceptos que la direccionan, el propósito de este apartado es ese, sortear la duda y la ambigüedad a través de la determinación conceptual coherente con la investigación propuesta.

Gran parte del desarrollo del documento se da alrededor del concepto de la Competitividad, cómo se presentó anteriormente, este ha tenido una amplia discusión. Algunos autores suponen que la competitividad empresarial se estudia desde las nociones de competencia atribuibles en Adam Smith y El Capital; no obstante, es importante reconocer que, en el momento, el concepto presenta doble matiz, entre lo macroeconómico para hablar de “competitividad del país” (Botero Pinzon, 2014) y otra dimensión microeconómica para enfrentar una instancia desde las empresas (Botero Pinzon, 2014). Ahora bien, entendiendo cómo el concepto es aplicable desde una dimensión macro y microeconómica podemos extraer el concepto aportado por Flores Ortiz, Vega Lopez, & Solis Quintero (2011),

“Entendemos por competitividad a la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico.” La ventaja de una organización estaría en su habilidad, recursos, conocimientos y atributos de los que dispone dicha organización, los mismos de los que carecen sus competidores o que estos tienen en menor medida que hace posible la obtención de los rendimientos superiores a los de aquellos” (pag 745)

Podemos entender que, indistinta la naturaleza jurídica, el propósito o la instancia, una organización en pro de competir en el mercado será *competitiva* en la medida que logre establecer un margen sobresaliente por sobre sus competidores. Ese concepto comparativo y sobresaliente se relaciona con la definición aportada por Medeiros, Gonçalves Godoi, & Camargo Teixeira (2019, Pag 8) donde “*la competitividad puede definirse como la capacidad de una empresa para crear e implementar estrategias competitivas y mantener o aumentar su cuota de productos en el mercado de manera sostenible*”. SI bien la competitividad se trata de la gestión y el “lograr” establecer un producto en el mercado, es importante reconocer que la gestión de lo exterior al control de la empresa lo convierte en un ser competitivo.

Ser competitivo es un resultado, que se obtiene cuando el precio al que se ofrece el producto o servicio al cliente coincide con la voluntad de pago para adquirirlo, y esto sucede de forma rentable y duradera para quien lo ofrece. De ahí que pueda afirmarse que la empresa que tenga las habilidades suficientes y sea capaz de gestionarlas de manera adecuada para la colocación de sus productos o servicios en el mercado será una empresa competitiva (Botero Pinzon, 2014).

Ahora bien, en aras de complejizar o aportar matices a la discusión, García, Coll, & Blasco (2005), quienes realizan un estudio para identificar las falencias, necesidades y puntos de mejora de las pymes en el país, y establecerse de manera más competitiva en el mercado y, finalmente, crecer como se aspiran. Ellos se permiten analizar y presentar las nociones de Michael Porter sobre la competitividad y su “diamante” de competitividad, según lo analizado la competitividad consiste en “*las estrategias y estructuras empresariales, la competencia, las condiciones de la demanda, las condiciones factoriales, así como las industrias afines o de apoyo; la competitividad industrial proviene en medida determinante de la calidad locacional*”

(Botero Pinzon, 2014). Siguiendo con Porter, *“la competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar. Las empresas consiguen ventajas competitivas mediante innovaciones”* (García, Coll, & Blasco, 2005), para ello, supone que la inversión más importante es la innovación, la aplicación y crecimiento en inteligencias y desarrollo de tecnologías que propicien un mercado a mayor capacidad y menores costos, más velocidades o mejores y más tecnificados procesos que eliminen los errores, logrando entrar a un mercado con mayores demandas y más precario para las pymes.

De acuerdo con lo aportado, las organizaciones mundiales como el Foro Económico Mundial (WEF) han sometido la discusión a una línea que permita trazar los lineamientos de competitividad entre países. La postura señala y se sujeta a lo interpretado anteriormente, se es competente cuando se establece diferencia y mayor presencia entre bienes y servicios por sobre los competidores; de esta definición debemos resaltar 3 elementos, primero, la necesidad de enfrentar los bienes y servicios ofrecidos por cada país en un mercado internacional, es decir, bienes y servicios ofrecidos por países, lo que implica una relación de exportación e importaciones; segundo, una esfera de mediciones internas de las naciones que requiere analizar las capacidades y competencias, así como políticas y normas, acuerdos o demás registros que vinculen al país con los demás; y tercero, la globalización como regla general para los sectores económicos y culturales de cada país.

Si bien la definición aportada por el WEF establece una sincronía con demás autores, la misma se separa por la capacidad de cambiar y adaptar o entender las necesidades de cada mercado, las competencias y cualidades de cada nación y, aunque la presencia internacional sea esencial, debe establecerse o diferenciarse de la internacionalización de los bienes o servicios, menciona que se es competente con competencias de bienestar (Cann, 2016). De acuerdo con la

WEF, es importante establecer que el interés de que el país sea competitivo debe traducirse en la capacidad de, en una etapa final y como parte del proceso, satisfacer las necesidades de sus habitantes. Este tópico diferencia la discusión y se alinea con las necesidades u objetivos de la presente investigación; además de ser la autoridad mundial en competitividad junto con el Banco Mundial y la reciente afiliación del Consejo Privado de Competitividad y la Comisión Nacional de Competitividad que establecen las estrategias o recomendaciones para la construcción de políticas internas en Colombia, pues a diferencia de nociones más clásicas la competitividad en WEF sobrepone los contextos y no un estado “justo y libre” de mercado.

Para establecer la noción conceptual de competitividad para desarrollar la presente investigación la competitividad “es *el conjunto de políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país*” (Cann, 2016), a su vez establece la productividad como medio para obtener la seguridad económica y el bienestar de los habitantes del país. Que el concepto está delimitado por 12 pilares que se constituyen como ítems de calificación para cuantificar cuan competitivo se es como nación; así mismo, se encuentran divididos en 3 subíndice que son Requerimiento básico, promotores de eficiencia y, *sofisticación e innovación*.

Otro elemento en el que se hace necesario profundizar es en la Internacionalización: Ciertamente el concepto puede difuminarse con la propia existencia de la competitividad como medida de presencia en el mercado internacional para las naciones, sus significados no necesariamente son iguales, o no van encargados a lo mismo. Mientras que la competitividad se concentra en sobresalir frente a tus competidores en el mercado. La internacionalización persigue enfrentar a las empresas o la empresa frente al mercado global, buscando un cierto grado de imposición o establecimiento dentro de las esferas internacionales de consumo. De acuerdo con

Fernandes, Mota Veiga, & Gerschewski (2023) la internacionalización es *“el proceso mediante el cual una empresa se expande a nivel internacional, es decir, entra en contacto con mercados y clientes de otros países, llevando a cabo actividades de importación y/o exportación”*, mencionan que es un proceso paulatino y progresivo que propende los incrementos de exportaciones y, como estrategias alternativas, se somete a la creación de filiales en el extranjero para construir una predominancia en los países relacionados por la empresa.

Por otra parte, este fenómeno se presenta como una tendencia relativamente natural al crecimiento de las empresas puesto que, aun a pesar de los procesos históricos a los que se ha sometido las mercancías a través del mundo la noción de internacionalización se ha visto más compleja y su procedimiento no es únicamente la construcción de redes o la especialidad de productos como el mundo, después de la segunda guerra mundial, se había establecido como tendencia (Cardozo, Chavarro, & Ramírez , 2007). Si bien los procesos históricos por los que las teorías hasta la fecha reconocen la internacionalización de acuerdo con Cardozo, Chavarro, & Ramírez (2007) pueden resumirse, desde su tendencia o su crecimiento internacional de la siguiente forma.

Modelo de etapas: Esta teoría establece que la internacionalización de una empresa ocurre en varias etapas secuenciales. La primera etapa es la exportación indirecta, seguida de la exportación directa, la creación de subsidiarias y, finalmente, la producción en el extranjero. La teoría sugiere que las empresas deben seguir estas etapas para lograr una internacionalización exitosa.

Teoría de la ventaja comparativa: Esta teoría sostiene que las empresas deben internacionalizarse para aprovechar las ventajas comparativas que tienen en su país de origen. Por ejemplo, una empresa con ventaja comparativa en la producción de productos

agrícolas puede expandirse a otros países para aprovechar su experiencia y conocimientos en este sector.

Teoría de la ventaja competitiva: Esta teoría sostiene que las empresas deben internacionalizarse para aprovechar las ventajas competitivas que han desarrollado. Por ejemplo, una empresa que ha desarrollado tecnologías únicas o procesos de producción eficientes puede expandirse a otros países para aprovechar estas ventajas y competir en nuevos mercados.

Teoría del ciclo de vida del producto: Esta teoría establece que las empresas deben internacionalizarse para aprovechar las oportunidades de mercado en diferentes etapas del ciclo de vida del producto. Por ejemplo, una empresa puede expandirse a otros países en la fase de introducción del producto para establecer una presencia temprana en el mercado y ganar ventaja competitiva.

Teoría de la red: Esta teoría sostiene que las empresas deben internacionalizarse para aprovechar las relaciones y conexiones que tienen con otras empresas y actores del mercado. Por ejemplo, una empresa que tiene una red de proveedores y clientes en diferentes países puede expandirse a través de estas relaciones para mejorar su presencia global.

Guardando el contexto más contemporáneo, la conformación de pymes con más intervención en el extranjero se puede interpretar como una interacción natural y causal de las necesidades del mercado. Aquellas pequeñas y medianas empresas capaces de responder a nichos de mercados y algunos nuevos espacios emergentes por las cambiantes necesidades y demandas de la sociedad puede entenderse como una tendencia creciente. Y es que enfrentar la globalización, la participación y el encuentro de diferentes culturas, artículos y servicios sostiene

que el riesgo de persistir en un solo mercado es aún mayor que hace 30 años (Spencer Ruff, 2018). Para Spencer Ruff (2018), indistintamente de la teoría o estrategia empleada para lograr la internacionalización, sobre todo en empresas pequeñas y medianas, es esencial la planificación pues asume un riesgo elevado que puede llevarla al fracaso.

En otras palabras, para Spencer Ruff (2018), la internacionalización se puede definir como el proceso mediante el cual una empresa logra arribar y competir en distintos mercados con un producto o servicio. La internacionalización implica una serie de desafíos, incluyendo la adaptación a nuevos mercados y culturas, la gestión de la complejidad y la incertidumbre en un entorno global, y la competencia con empresas locales y multinacionales. Sostiene además que existe una variedad de teorías allegadas a las necesidades o experiencias de cada sector o cada individuo³ en la búsqueda de aumentar ventas, reducir costos o riesgos asociados a la dependencia económica de un mercado. Lo que deja entrever que la experiencia no es unidireccional, es decir, no se da solo por la exportación, sino que también existe una relación estable entre lo exportado e importado, las alianzas económicas y las inversiones.

Por último, si se desea orientar la noción de internacionalización en un concepto más estable es necesario señalar la sinergia conceptual de todos los autores. Primero, la competitividad y la internacionalización son conceptos relacionados directamente, es decir, se miden y se afectan mutuamente; segundo, la internacionalización refiere a la tendencia de poseer mayor presencia internacional de las empresas; tercero, es un proceso inevitablemente paulatino que enfrenta, a veces por necesidades, otros por la apertura de una oportunidad de mercado, pero que requiere un progreso paso a paso; cuarto y último, debido a la existencia de un sinnúmero de

³ Entendido como empresas

teorías y métodos empleados para lograr la conexión con el mercado internacional, es menester realizar el estudio y la planificación necesaria para tener éxito y no caer en el fracaso. Toda la presente disertación es importante y necesaria para comprender los alcances y la relevancia de las exportaciones en el crecimiento de las empresas y los índices de competitividad para el Valle del Cauca.

Objetivo general y específicos

4.2 Objetivo general

Analizar los indicadores de competitividad: sofisticación y diversificación, y tamaño del mercado, del Consejo Privado de Competitividad, para la internacionalización de las empresas departamento en el Valle del Cauca entre el periodo de los años 2017 - 2022.

4.2.1 *Objetivos específicos*

1) Identificar las principales iniciativas propuestas desde el Estado y el sector privado para la internacionalización de las empresas en el Valle del Cauca.

2) Describir los resultados de los indicadores de competitividad: sofisticación y diversificación, y tamaño del mercado, del Consejo Privado de Competitividad, con las exportaciones del valle del Cauca, entre el periodo de los años 2017 - 2022.

3) Evaluar las estrategias de internacionalización usadas por otros países y regiones para acceder de forma competitiva al mercado internacional mediante una matriz DOFA

Justificación

El origen del estancamiento comercial de muchas regiones radica en la falta de investigación y profundización sobre las ventajas competitivas y las desventajas que se poseen, el entendimiento de las realidades económicas y los planes de ejecución que a partir del análisis y conclusiones se puedan tener. Porter plantea (Suñol, 2006):

que la competitividad regional es un proceso de generación de competencias, el cual depende de la capacidad de crear un entorno que favorezca el crecimiento sostenido de la productividad y el nivel de vida de la población, considerando las capacidades que ofrece el territorio para facilitar el desarrollo y la actividad económica (Porter, 1990; Begg, 2002; Cabrero, Orihuela y Ziccardi, 2003; Musik y Romo, 2004). Para crear un entorno favorable se requiere reconocer el trabajo estratégico en los pilares que ubican a la región en términos de competitividad. Siendo así necesario indagar y plantear cuál está siendo el impacto y el rol que cumple la decisión de participar en la inversión y el desarrollo de los pilares de competitividad para brindar un crecimiento sostenible a las empresas que buscan la internacionalización.

El Valle del Cauca se caracteriza por liderar los índices de satisfacción a las mediciones realizadas por los pilares de competitividad del país, es vital indagar sobre las posibles causas del decrecimiento en los resultados e indicadores del 2022. También estudiando otras variables que inciden en la percepción internacional, como el aporte que se obtiene de la vanguardia en el ambiente macroeconómico, la confiabilidad de un mercado interno estable para la implementación de beneficios, acuerdos entre países, la atracción comercial, la exportación de recursos potenciales de la región.

Proporcionando un análisis del empresariado Vallecaucano, los productos, el mercado laboral y su tamaño, la innovación, la infraestructura, el desarrollo del sistema financiero, entre

otros, se obtendrá un panorama de los recursos que están impulsando el crecimiento, o que por otro lado están generando decrecimiento en el alcance del mercado internacional, todo esto abre un paso al conocimiento de herramientas que catapulten, y den visión del enfoque al que nos debemos dirigir como región.

Es importante definir la competitividad como un concepto que afecta de manera directa en el nivel de bienestar en los habitantes y de cada una de las empresas que de manera directa o indirecta se ven afectadas por la internacionalización del mercado, esto nos lleva a la necesidad de entender la relación que hay entre los índices de dicha competitividad y sus datos estadísticos con la realidad económica del territorio, específicamente en el departamento del Valle del Cauca, el último año, según el índice departamental de competitividad, ha venido con un cambio decreciente entre el ranking de competitividad de los 32 departamentos del país, factores como las Condiciones Habilitantes, Capital Humano, Eficiencia de los Mercados y Ecosistema Innovador han permitido medir estos niveles de competitividad.

Debemos identificar las fortalezas económicas y competitivas que nos permiten como departamento impactar desde el territorio nacional hasta los mercados internacionales. Percibiendo la capacidad para satisfacer la necesidad interna como una premisa para desarrollar niveles más grandes de producción y alcance internacional, como lo es la industria de alimentos, el valle del cauca representa el 2 % del territorio nacional aportando el 38,7% de la producción agrícola de todo el país, de manera que estos alcances proporcionarían mayores impactos en la cadena de abastecimiento no solo nacional sino internacionalmente.⁴

⁴ Ver anexo ilustraciones 1 y 2

Por otro lado, hay otras ventajas que favorecen la competitividad en el desarrollo económico de las empresas a nivel internacional a continuación algunas de ellas:

La ubicación geográfica que cumple un papel estratégico en la conectividad y la disposición de una infraestructura de calidad permiten que se desarrolle una cadena logística con altos niveles de competitividad para el alcance al mercado externo. El acceso favorable a puertos como el de Buenaventura brindan costos efectivos a la región. La intervención de acciones gubernamentales para generar alianzas estratégicas con otros países y regiones, tal como el acceso al mercado de la alianza del Pacífico tras la implementación de acuerdos activos, suscritos y en negociación han logrado poner en la mirada al departamento para dar una mayor cobertura en el abastecimiento internacional. La red de carreteras que permite brindar un óptimo desarrollo para las operaciones logísticas internas y la triangulación en la que participa la capital del departamento, Cali, con Bogotá y Medellín, se encuentra el 70 % de la población con ingresos medios que permite identificar y satisfacer sus necesidades. Gracias al bajo costo que representa mover cargas a través de este departamento se ha logrado atraer el ojo de la inversión internacional y el movimiento de promoción y reducción en el desempleo.

Tenemos a disposición algunos pilares con los que el Consejo privado de competitividad mide la competitividad, con base a este se desea realizar un análisis del comportamiento que ha tenido el valle del Cauca en algunos de los pilares que propone, a continuación, encontramos algunos elementos:

El capital humano: Si una región como la del Valle del Cauca dispone de un alto nivel de capital humano, lo más probable es que va a propender hacia la competitividad de las organizaciones en las que produzcan, teorías como las define el capital humano como el conjunto

de capacidades, conocimientos y experticia para aumentar el crecimiento productivo y económico de las organizaciones empresariales. Expresando así que el tiempo destinado al aprendizaje académico, al mejoramiento de las destrezas y la experiencia en el campo promueven el bienestar de las compañías y del individuo.

Haciendo énfasis sobre el tema de las exportaciones y la expansión internacional de las organizaciones empresariales hay algunos factores que se pueden ver impactadas gracias a la decisión de las empresas para invertir en la capacitación y formación del capital humano, tales como: el conocimiento amplio de las dinámicas de negociación y las reglas que conlleva; el reconocimiento por parte de proveedores, clientes y colaboradores del medio; un incremento en la efectividad del tiempo consumido en la operación logística, con ello una reducción en los costos operativos; destrezas comunicativas y de lenguaje, rompiendo así las barreras culturales con fines comerciales; conocimientos sobre herramientas para el óptimo desempeño; resolución de problemas y estrategia. Como estas existen muchas habilidades que se pueden abordar desde la pedagogía a la que se le abra camino.

La innovación: Para trascender en este tema que tiene al comercio hablando al respecto es importante entender la necesidad de esta, más en mundo dónde al parecer países como Colombia, un país en vía de desarrollo no tendría el mismo impacto que otros países con muchos años más de trayectoria en sistemas, procesos y herramientas, son los mercados externos los que generan esa constante de demanda de innovación.

Lo bajos niveles de inversión son una de las grandes problemáticas en nuestro país, es una limitante para la implementación del concepto en las compañías, como consecuencia se ven reflejados bajos índices de productividad ante la falta de herramientas disponibles y procesos

innovadores vemos que En América Latina las economías no son versátiles, los productos suelen tener una reducida variedad de oferta, y a falta de inversión en transformación de estos no disponen de valor agregado.

Marco Metodológico

La presente investigación se caracterizará por una naturaleza interdisciplinaria desde las ciencias económicas y el comercio internacional. La investigación exige análisis cualitativo-cuantitativo en la medida que se recopila y se califica información desde resultados obtenidos por estadísticas, tablas de frecuencias y gráficas de rendimiento como elemento cuantitativo; y bajo una lupa más cualitativa, se realizara la revisión y búsqueda bibliográfica extensa que responda a motivaciones e intenciones, ya sean políticas o experiencias de personas, datos que por su naturaleza no es posible cuantificar pero pueda ser calificada como exitosa o no exitosa.

La metodología más detallada por la que se realiza la investigación es la siguiente:

1. Revisión bibliográfica: se realizará una revisión de la literatura sobre los principales indicadores de competitividad para la internacionalización de las empresas, así como de los estudios previos que se hayan realizado en el departamento del Valle del Cauca o en la región.
2. Selección de indicadores: se seleccionarán los indicadores de competitividad más relevantes para la internacionalización de las empresas, teniendo en cuenta la revisión bibliográfica y las particularidades del contexto del departamento del Valle del Cauca.
3. Recopilación de datos: se recopilarán los datos correspondientes a los indicadores seleccionados para el periodo comprendido entre 2017 y 2022 en el departamento del Valle del Cauca, a partir de fuentes oficiales y especializadas.
4. Análisis de datos: se realizará un análisis estadístico descriptivo de los datos recopilados, identificando las tendencias y patrones de comportamiento de los indicadores de competitividad para la internacionalización de las empresas en el departamento del Valle del Cauca.

5. Interpretación de resultados: se interpretarán los resultados obtenidos a partir del análisis de datos, identificando los principales factores que han influido en la competitividad para la internacionalización de las empresas en el departamento del Valle del Cauca durante el periodo analizado.
6. Conclusiones y recomendaciones: se presentarán las conclusiones y recomendaciones correspondientes a partir de los resultados obtenidos, con el objetivo de contribuir al diseño de políticas y estrategias que fortalezcan la competitividad de las empresas en su proceso de internacionalización en el departamento del Valle del Cauca.

Principales iniciativas propuestas desde el Estado y el sector privado para la internacionalización de las empresas en el Valle del Cauca.

Para comprender los efectos e impulsos que relacionan las economías dentro del país es necesario remontarnos a las políticas de inclusión y crecimiento económico del Gobierno Nacional. A partir del año 2008, el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (Mincit) crea propuestas con el fin de reforzar la competitividad y la productividad de las industrias del país una institución de naturaleza autónoma conocida hoy como Colombia Productiva (2008), la misma se aplicó en el mercado de cumplimiento de los desafíos de la Política Nacional de Competitividad y Productividad (Conpes 3527 del 23 de junio de 2008); que años después es fortalecida por el plan de Desarrollo Productivo (Conpes 3866 de 2016).

Ejes de trabajo:

Ilustración 1:

Ejes de trabajo de Colombia Productiva



Nota: Información obtenida de Categorías, 2019. Colombia Productiva, Bogotá – Colombia tomado de <https://www.colombiaproductiva.com/conozcanos/que-hace-ntp>

Inicialmente, Colombia Productiva realiza un trabajo interno en las empresas mejorando los índices de producción y de calidad. El programa de Min Comercio, Colombia Productiva y Cámara de Comercio de Cali atendió a 175 empresas del Valle, Nariño, Cauca y Putumayo en su

primer año. Han llevado a cabo proyectos en 29 regiones del país, dando soporte a muchas empresas. De la mano de las Alcaldías, Gobernaciones, Cámaras de Comercio, gremios privados e instituciones académicas como el SENA, desde entonces, brindan asesorías personalizadas para cada empresa, dando soluciones y propuestas de mejora a la medida. Como resultado, la competitividad, la consecuencia de la expansión y el crecimiento global de cada compañía beneficiaria se presentan en incremento, y generando un atractivo en los precios finales de los productos o servicios exportados (Colombia productiva, 2020).

Dentro de los proyectos está Alianza PROA (Colombia productiva, 2022), es una iniciativa que brinda apoyo y da inversión para el fortalecimiento de la industria artillera, en cooperación con KOICA, una agencia proveniente de Corea del Sur; juntas buscan mejorar la calidad de las naves creadas en Colombia y con ello su reconocimiento y posicionamiento a nivel internacional. El Valle del Cauca tiene unas de las zonas portuarias más representativas a nivel nacional como lo es el puerto del Distrito de Buenaventura, quien representa hasta el 42% de los movimientos comerciales internacionales de Colombia (Ruiz Rico, 2020) y moviliza un registro de hasta el 35% de la carga internacional (Gutiérrez Núñez, 2021), lo que representa una fuerte demanda para el sector e impulsa la creación de más empresas con injerencia internacional. Por otro lado, existen algunos entes potenciales para el aprovechamiento de estos proyectos, empresas como COCTEMAR, una corporación privada, cuya actividad comercial se encuentra en las áreas de diseño, reparación, mantenimiento y construcción de buques, entre otros, brindan servicios en la zona (Armada Nacional de Colombia, s.f.).

Siguiendo con políticas público-privado se presenta la iniciativa SENA innova, es una alianza del Mincit y el SENA, se ofrece *“la cofinanciación del 90% para mipymes y del 50% para grandes empresas, con montos entre \$200 millones y hasta \$400 millones, para apoyarlas*

a desarrollar proyectos que les ayuden a ser más competitivas y encontrar nuevos clientes” (Colombia Productiva, s.f.) apostándole a la implementación de tecnologías modernas como *“el internet de las cosas, blockchain, inteligencia artificial, realidad virtual, big data, robótica, manufactura 3D y logística 4.0, entre otras”* (Colombia Productiva, s.f.).

La información dada por Colombia productiva es que de los \$23.827 millones cofinanciados, \$3.707 millones serán distribuidos en la región Pacífica, el resto será distribuido en las otras seis regiones, teniendo en cuenta esta asignación vemos que existe una oportunidad considerable para el Valle del Cauca y su participación. (Colombia productiva, 2022)

Fábricas de Productividad es otro proyecto que a la fecha del 2020 habría aumentado la productividad y la competitividad de empresas del Valle y occidente en un 27% (Colombia productiva, 2020) desde su implementación fue clave para afrontar aquellos tiempos coyunturales donde el Covid- 19 arrasó con las finanzas de muchas industrias, impulsándolos a la competitividad y al resurgimiento económico. Se formó una red de profesionales a los que las empresas pueden recurrir para recibir asesorías. En el 2020 lograron impactar en los siguientes municipios: Yotoco, Candelaria y Sevilla en Valle del Cauca; Caloto, Guachené y Puerto Tejada en Cauca; Ipiales y Tumaco en Nariño; así como Orito y Villa Garzón en Putumayo.

11.1 CONPES(Consejo Nacional de Política Económica y Social)

Para hablar de desarrollo a nivel local se hace prioritario darles una mirada a las políticas propuestas a nivel nacional y sus instituciones. El Consejo Nacional de Política Económica y Social, es el ente encargado de brindar asesoramiento al gobierno para crear políticas que permitan propiciar el crecimiento económico y social del país. En su iniciativa, junto a la Andi,

el DNP, Confecámaras, el Consejo Privado de Competitividad y otros ministerios del país, nace la Política de Desarrollo Productivo, en el año 2015 se empieza a construir esta iniciativa que tendría como propósito mejorar la capacidad de producción efectiva y la diversidad del sistema productor del país, dirigiéndose a una oferta más amplia y sofisticada.

El Conpes 3866 – Política de Desarrollo Productivo fue aprobado en agosto de 2016, y para su ejecución se establecieron 90 acciones enmarcadas en 7 ejes. Transferencia de conocimiento y tecnología, Innovación y emprendimiento, Capital humano, Financiamiento, Encadenamientos productivos, Calidad y Comercio exterior. El sector Comercio Industria y Turismo lidera 45 de ellas. Desde uno de los ejes, el comercio exterior se interviene con la facilitación de herramientas, conocimientos del mercado y estrategias de inversión. Por otra parte, se generan vínculos del el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, integrándose al Sistema Nacional de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación (SNCCTeI), que da paso a la creación de medidas que impulsan la productividad, competitividad e innovación de Colombia (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, s.f.).

11.2 Política Nacional Logística

La finalidad de esta política es disminuir los costos y tiempos logísticos para mejorar la competitividad del país, esta busca incentivar la intermodalidad, con transportes de carga modernos e infraestructuras apropiadas en los distintos puertos, con la dinamización de la logística y las gestiones documentales requeridas para los procesos de comercio exterior, otro aspecto a trabajar es la implementación de estrategias para la participación de la institucionalidad en la operación, formando personal idóneo en la cadena de suministros, para el transporte y el comercio.

11.3 Cámara de Comercio de Cali - Internacionalización empresarial

La Cámara de Comercio de Cali brinda servicios de internacionalización empresarial, extendiendo herramientas para el fortalecimiento del comercio de las compañías del departamento a nivel global, desarrollando la audacia y la estrategia en los negocios, ofrece datos de las tendencias de consumo, oportunidades comerciales, mercados con mayor potencial y canales, por otro lado vincula con compradores internacionales, proveedores de tecnologías, de insumos y de servicios, creando así conexiones de valor, también promueve espacios de capacitación, abriendo paso a la obtención de conocimientos especializados, como la regulación y condiciones de acceso, tratados de libre comercio.

La labor de la Cámara va enfocada en las empresas de diversos tamaños que buscan exportar sus productos y servicios, aumentando su margen de rentabilidad. A través de la interconexión de las entidades que comparten una actividad económica y un área geográfica se promueve el conocimiento de las buenas conductas y proyectos de innovación de los mercados más exigentes.⁵

La CCC crea proyectos que promueven las exportaciones, desde el 2018 implementaron el “proyecto destino”, dando enfoque en los países que podrían ser de mayor beneficio para el Valle del Cauca, alcanzando hasta el momento a Corea 2019, Chile, Destino Holanda. EE.UU., Japón, , Francia, Perú. La cámara de comercio de Cali busca ampliar la oferta y pone a disposición otros proyectos como “Proyecto Más Productividad, Más Destinos – En ejecución”

⁵ Ver anexo Ilustración 4

tiene a 30 empresas.(6 empresas de Bogotá Región y 24 empresas del Valle del Cauca) fue creado con el proposito de incrementar el número de las exportaciones y mejorar los rendimientos logísticos para esto crean una agenda con las empresas participantes enfocadas en llegar a países como Alemania, Corea del Sur y Emiratos Árabes Unidos, crean una agenda entre vendedores en origen y compradores en destino promoviendo la creación de nuevas relaciones comerciales, brindan asesorías y guían para que elijan los mercados potenciales, dan guía a las empresas para que cumplan con todos los requerimientos legales y fortalecen el conocimiento de las cadenas productivas con fines de exportación, creando una oferta consolidada y acorde a las necesidades de los mercados a impactar.

Otro aporte trascendental que ha realizado la cámara de comercio de Cali es el liderazgo para la creación de “nueve iniciativas clúster: Sistema moda, habitat urbano, macrosnacks, proteína blanca, excelencia clínica, experiencias, economía digital, belleza y bioenergía, cuya función principal es conectar a las empresas de las principales cadenas productivas del territorio, con amplias oportunidades de negocio y que suman más de USD \$10.000 millones en ventas anuales” (Invest Pacific, 2022).

11.4 Trabajo de gobernación y alcaldías

Además del gran valor e impacto que tienen las políticas públicas y las intervenciones a nivel nacional, hay una gran responsabilidad de los designados a nivel local como la gobernación y las alcaldías de los diferentes municipios que componen al departamento del Valle del Cauca.

Durante los años 2021 y 2022, como evidencia de la labor constante de la Gobernación del valle del Cauca, el departamento del Valle logró ocupar, con un puntaje de 9.75 sobre 10, el primer puesto entre 33 dependencias territoriales, incluyendo Bogotá D.C., en sofisticación,

innovación y diversificación. Es importante mencionar la estrategia que ha mejorado la percepción para comercializar del departamento, una alianza con el sector privado, un grupo de empresas que se han unido con el fin de ampliar el mercado con mayores posibilidades de producción y exportación, haciendo del Valle un departamento más competitivo. Dentro de los planes de acción, se presupuestan aumentar la inversión para pequeñas y medianas empresas, encontramos a Valle INN, Valle Responde y proyectos de ciencia, tecnología e innovación, liderados por Clara Luz Roldán González (Valle Chavaco, 2022).

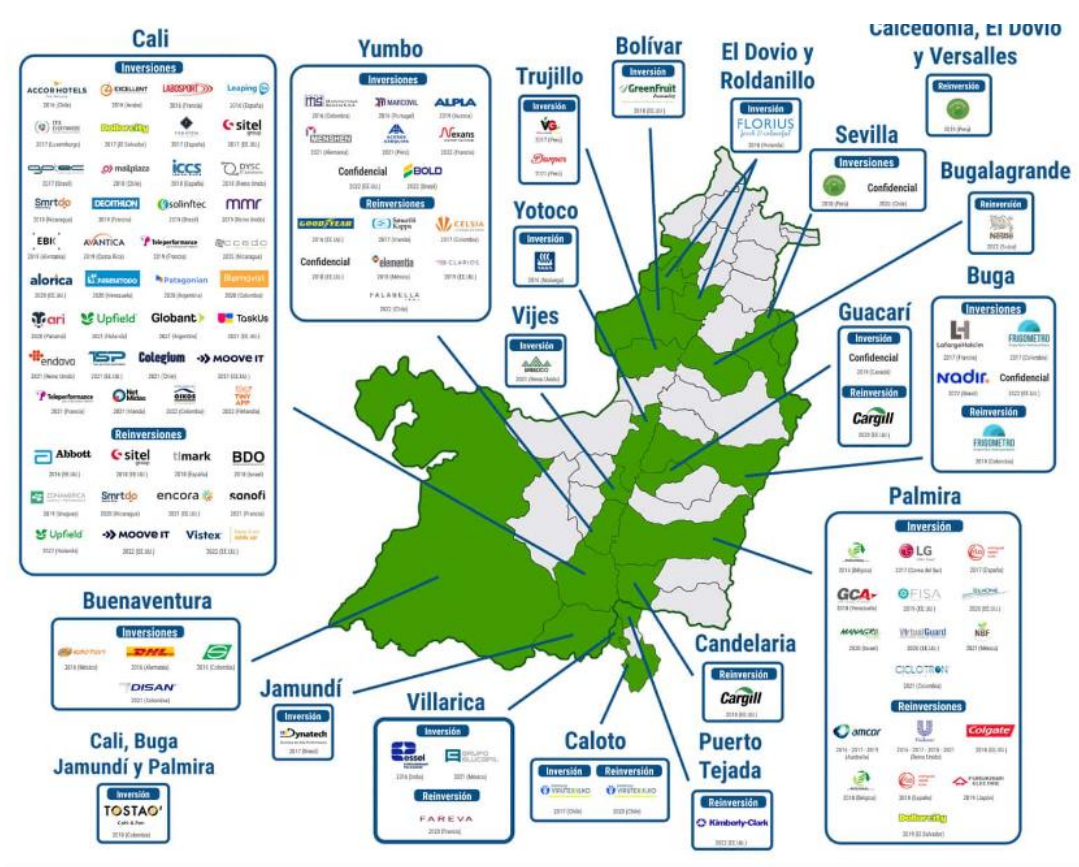
El Valle del Cauca con sus ventajas competitivas y la versatilidad de su territorio se volvió un aliado estratégico para empresas extranjeras, atrayendo recursos e inversión, ejemplo de estas son Abbott, Goodyear, J & J., Cargill, Baxter, Nestlé, Ingredion, Unilever. Estos son otros de los organismos que intervienen en la promoción y facilitación de las exportaciones del departamento:

- BANCOLDEX
- Fiduciaria Colombiana de Comercio Exterior (FIDUCOLDEX)
- Procolombia
- Sistema de Información Sanitario Para Importación y Exportación de Productos Agrícolas y Pecuarios (SISPAP)
- ASOBANCARIA
- Asociación Nacional de Comercio Exterior (ANALDEX)
- Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI)
- Asociación Nacional de Instituciones Financieras (ANIF)
- Cámara de Comercio de Cali
- Colombian-American Chamber of Commerce

- Red de Cámaras de Comercio (CONFECAMARAS)

Ilustración 2:

Empresas internacionales que participan en municipios del Valle del Cauca



Nota: ilustración tomada gracias a invest pacific tejido empresarial, 2023. Invest Pacific. Cali – Valle del Cauca tomado de: <https://acortar.link/DEvzZE>

Relación de los resultados de los indicadores de competitividad dirigido a exportaciones realizadas en los años 2017-2022 en el departamento del Valle del Cauca iniciativas del Estado y estrategias del sector privado para internacionalizar el Valle del Cauca

El puntaje de los departamentos asignado en cada indicador es el resultado de la aplicación de una transformación máxima., la cual no solo normaliza los datos, sino que mantiene el ordenamiento de los departamentos, así como la distancia relativa entre estos. El puntaje resultante varía entre 0 y 10, donde 0 es el peor resultado y 10 es el mejor resultado. Formalmente, la transformación max-min utilizada es:

$$\frac{(\text{valor del departamento} - \text{valor mínimo del indicador})}{(\text{valor máximo del indicador} - \text{Valor mínimo del indicador})} \times 10$$

Para los indicadores en los que un mayor valor supone un desempeño más deficiente, la normalización se hace de la siguiente forma:

$$(1 - \frac{(\text{valor del departamento} - \text{valor mínimo del indicador})}{(\text{valor máximo del indicador} - \text{Valor mínimo del indicador})}) \times 10$$

Descripciones conceptuales índices:

SOFISTICACIÓN Y DIVERSIFICACIÓN

-SOF-1-1 Complejidad del aparato productivo: Medida de la sofisticación de las capacidades productivas de un lugar basada en la diversidad y la ubicuidad de sus sectores productivos (valor entre 0 y 1, donde 1 es el mejor puntaje)

-SOF-2-1 Diversificación de mercados de destino de exportaciones: índice Herfindahl-Hirschman de mercado. Nivel de concentración de los mercados a los que exporta cada departamento (donde un menor valor significa una mayor diversificación de los mercados de destino).

-SOF-2-2 Diversificación de la canasta exportadora: Índice Herfindahl-Hirschman de productos. Mide la diversificación de productos que exporta cada departamento (donde un menor valor significa una mayor diversificación de la canasta exportadora)

TAMAÑO DEL MERCADO

-TAM-1-1 Tamaño del mercado interno: Logaritmo natural de la suma del PIB y las importaciones menos las exportaciones

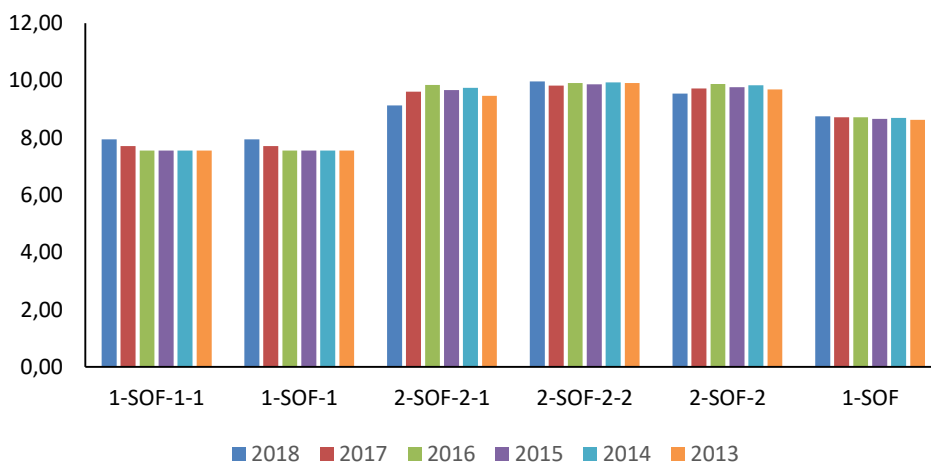
-TAM-2-1 Tamaño del mercado externo: Logaritmo natural de las exportaciones de cada departamento

-TAM-2-2 Grado de apertura comercial: Participación del comercio exterior sobre el PIB departamental (CONSEJO PRIVADO DE COMPETITIVIDAD Y UNIVERSIDAD EL ROSARIO)

12.1 Comparación Indicadores Conpes- 2017-2022

Ilustración 3:

Gráfica de indicadores de crecimiento competitivos en los objetivos CONPES 2017-2022
Pilar Sofisticación e Innovación #9

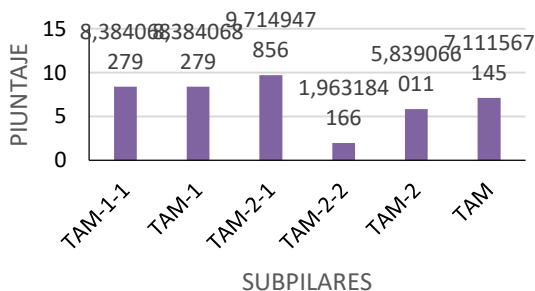


Nota: información obtenida de Base de datos Consejo Privado de Competitividad

El Valle del Cauca para el 2018 continúa en el segundo puesto de este pilar por sexto año, incrementando su calificación en 0,03 puntos. Esto es producto de su desempeño en el subpilar de diversificación, en el que alcanza un puntaje de 9,55 sobre 10, ocupando el primer lugar en la clasificación general (CONSEJO PRIVADO DE COMPETITIVIDAD Y UNIVERSIDAD EL ROSARIO)

Ilustración 5:

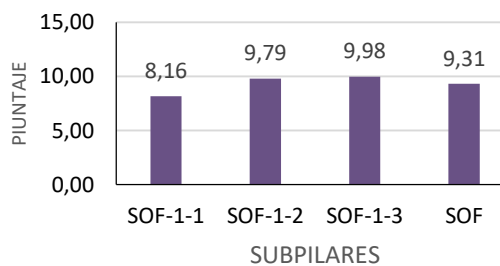
Eficiencia del mercado bajo pilar 11: Tamaño del mercado 2019



Tomado de Base de datos Consejo Privado de Competitividad

Ilustración 4:

Ecosistema innovador bajo pilar 12: Sofisticación y diversificación año 2019



Tomado de Base de datos Consejo Privado de Competitividad

Valle del Cauca es tercero en sofisticación y diversificación y presenta puntajes por encima de 8,15 en todos los indicadores de este pilar. De hecho, este departamento es segundo en diversificación de mercados destinos de exportación y tercero en complejidad del aparato productivo y diversificación de la canasta exportadora considera una tabla aquella que está compuesta por filas y columnas y que contiene información numérica o textual. Para el tamaño de mercado el Valle del Cauca queda posicionado en cuarto lugar, sin reconocimiento o apreciación por esfuerzos e el campo ((CONSEJO PRIVADO DE COMPETITIVIDAD Y UNIVERSIDAD EL ROSARIO, 2019)

Ilustración 7:

Eficiencia de los mercados bajo pilar 11: tamaño del mercado año 2020

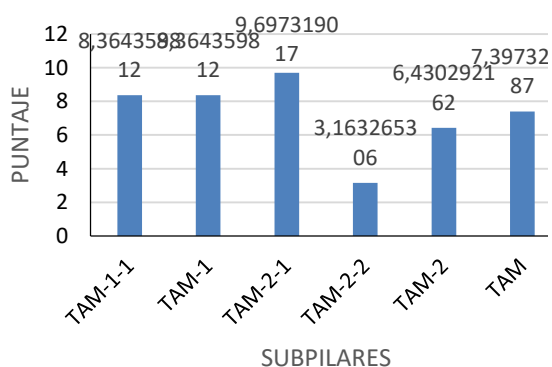
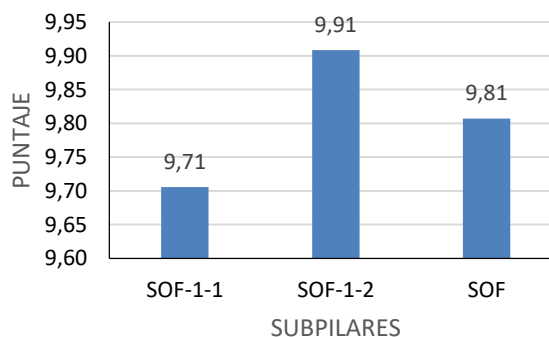


Ilustración 6:

Gráfica de descripción Ecosistema innovador bajo el pilar 12: sofisticación y diversificación año 2020



Nota: información permitida y tomada de la base de datos del Departamento de Competitividad CPC

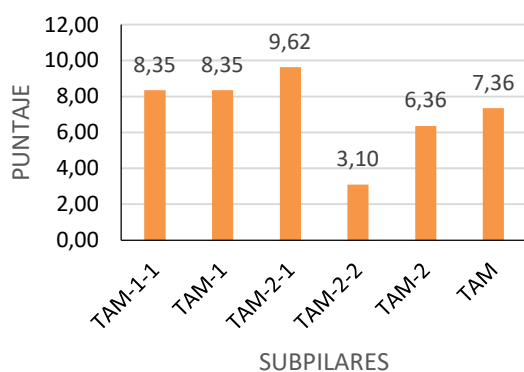
El Valle del Cauca cuenta con la segunda canasta de exportación más diversa del país, con un puntaje de 9,91. Así mismo, ocupa el cuarto lugar en diversificación de mercados de destino de las exportaciones, con una calificación de 9,71. Se evidencia la participación y el trabajo

estrategico desde los entes estatales, como camara de comercio, alcaldia, gobernación para implementar propuestas que incrementan la productividad de la región.

Por parte del tamaño de mercado se ve un descenso al puntaje del anterior año, quedando así en el 5to lugar del indicador

Ilustración 9:

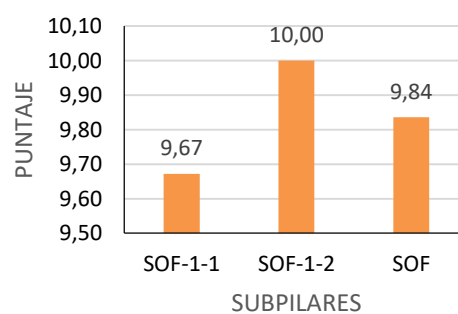
Gráfica de descripción eficiencia de los mercados bajo el pilar 11: tamaño del mercado año 2021



Fuente: Base de datos Consejo privado de competitividad año 2020-2021

Ilustración 8:

Gráfica de descripción ecosistema innovador bajo el pilar 12: sofisticación y diversificación año 2021



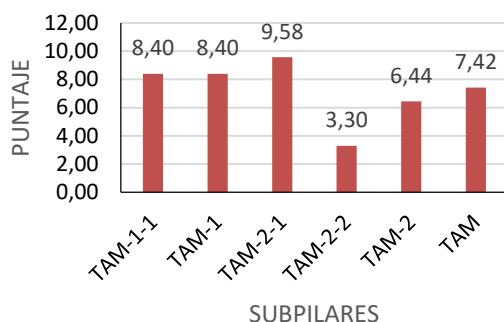
Fuente: Base de datos Consejo privado de competitividad año 2020-2021

Ilustración 10:

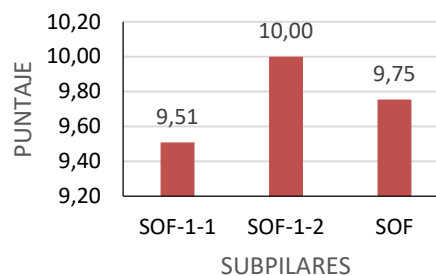
Gráfica de descripción ecosistema innovador bajo el pilar 12: sofisticación y diversificación año 2022

Ilustración 11:

Gráfica de descripción eficiencia de los mercados bajo el pilar 11: tamaño del mercado año 2022



Fuente: Base de datos Consejo privado de competitividad año 2022



Fuente: Base de datos Consejo privado de competitividad año 2022

Valle del Cauca, primero del pilar, cuenta con la canasta exportadora más diversa del país. Así mismo, ocupa el sexto lugar en diversificación de mercados de destino de las exportaciones, con una calificación de 9,51 sobre 10. Se evidencia la participación de la cámara de comercio y la vinculación de empresas del sector privado para la apertura de nuevas ofertas en nuevos mercados internacionales. Por parte del tamaño del mercado, en relación con la diversificación del mercado se denota un crecimiento en el puntaje, ascendiendo al 4to lugar que se había perdido el año anterior. (CONSEJO PRIVADO DE COMPETITIVIDAD & SCORE-UNIVERSIDAD DEL ROSARIO, 2022).

Descripción de resultados de los indicadores de competitividad: sofisticación y diversificación, y tamaño del mercado, del Consejo Privado de Competitividad, con las exportaciones del valle del Cauca entre el periodo de los años 2017- 2022.

Para tener un panorama general del comportamiento de las exportaciones a nivel Nacional, se trae a colación los datos arrojados por el DANE desde el año 2017 hasta el año 2022, posterior a ello se expondrán los datos correspondientes a las exportaciones del departamento del Valle del Cauca.

Tabla 1:

Tabla de exportaciones totales Colombia, según grupos de productos OMC a partir de la agregación CUCI Rev.3 (sección y capítulos constitutivos) -Miles de dólares FOB

Sección	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Total, general	38.021.860	41.904.777	39.489.168	31.055.811	41.389.989	57.259.330
Agropecuarios	7.355.648	7.301.252	7.362.742	7.872.968	9.440.331	11.559.081
Combustibles y productos de las industrias extractivas	21.171.675	24.783.270	22.011.294	13.309.769	19.851.523	2.179.569
Manufacturas	7.709.991	8.324.362	8.290.325	6.945.581	8.938.939	10.522.581
Otros sectores	1.784.546	1.495.893	1.824.806	2.927.492	3.159.195	2.998.099

^p Cifras preliminares.

* Correspondiente hasta el mes de febrero

Nota: tomado de DIAN - DANE (EXPO)/ TITULO: "Colombia, exportaciones totales, según grupos de productos OMC a partir de la agregación CUCI Rev.3 (sección y capítulos constitutivos)

Año 2017

Para el año 2017 según el CONPES, habían 1.207 empresas exportando a más de 140 países, con una canasta exportadora fortalecida y la disposición de ventajas competitivas como la ubicación en territorio del único nodo portuario comercial sobre el Pacífico colombiano, seis zonas francas, ocho parques industriales, una sofisticada infraestructura vial, 82 vuelos internacionales y más de 300 vuelos semanales a destinos nacionales permitieron que el valle ocupara el tercer lugar del pilar tamaño de mercado en general y específicamente el cuarto en el

subpilar de mercado externo, en vistas de un mercado atractivo cabe resaltar la llegada de cada vez más empresas provenientes del exterior y la gran participación de estas en el total de las exportaciones del sector tecnológico, la cual equivale al 88,8% (CONSEJO PRIVADO DE COMPETITIVIDAD & CEPEC-UNIVERSIDAD DEL ROSARIO, 2021)

Maria Milena Banguero Carabalí, secretaria de Agricultura del Valle del Cauca, responsable en el cargo el año 2017, manifestó que durante el periodo de 2016- 2017, las Frutas(Aguacate Hass, cacao, piña, mora), la panela(y transformados) y variedad en tipos de café especial fueron los productos agrícolas que más aportaron a la cuota de exportación agrícola del departamento, los datos según la Cámara de comercio de Cali⁶ mostraron que las exportaciones crecieron un 64.8% con su principal destino, Estados unidos, evidenciándose así el impacto de los acuerdos comerciales que se crearon durante los seis años anteriores. (Gobernación, 2018)⁷

Iniciando el estudio del comportamiento del Valle del cauca en cuestión de competitividad, en los cinco años previos no presenta variables drásticas en su posición y puntaje.

⁶ Los municipios de Cali, Jamundí, Yumbo, Dagua, La Cumbre y Vijes que comprenden la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Cali (CCC) presentan una ubicación geográfica relevante a la hora de analizar su posición competitiva. Los seis municipios que conforman la jurisdicción de la CCC están ubicados al sur del Valle del Cauca. Departamento situado al suroccidente colombiano que se caracteriza por tener un aparato productivo diversificado y no depender del sector minero energético

⁷ Ver anexo Ilustración 15

Tabla 2:

Tabla de exportaciones realizadas por Colombia por sector para el año 2017

Principales grupos de productos	2016p (millones de dólares FOB)	2017p (millones de dólares FOB)	Variación (%)	Contribución a la variación
Total	31.756,8	37.800,1	19,0	19,0
Agropecuarios, alimentos y bebidas ¹	6.864,7	7.355,6	7,2	1,5
Combustibles y prod. de industrias extractivas ²	15.790,0	20.910,7	32,4	16,1
Manufacturas ³	7.526,1	7.710,0	2,4	0,6
Otros sectores ⁴	1.575,9	1.823,8	15,7	0,8

Nota: Fuente: DIAN - DANE (EXPO)- Actualizado el 5 de febrero de 2018

Según datos del DANE, Estados Unidos fue el principal destino de las exportaciones colombianas en 2017 con una participación de 27,9% en el valor total exportado; le siguieron, en su orden, Panamá, China, Países Bajos, México, Ecuador y Turquía.

Tabla 3:

Tabla de Exportaciones de Colombia según departamento (10 primeras posiciones) para el año 2017

Departamento de origen	2016p (miles de dólares)	2017p (miles de dólares)	Variación (%)	Contribución a la variación	Participación (%) 2017
Antioquia	4.335.906	4.477.926	3,3	0,7	18,1
Cesar	2.724.198	4.133.239	51,7	6,7	16,7
Bogotá, D.C.	2.440.261	2.461.948	0,9	0,1	9,9
La Guajira	1.499.054	2.440.812	62,8	4,5	9,9
Valle del Cauca	1.893.611	1.802.232	-4,8	-0,4	7,3
Cundinamarca	1.372.021	1.690.660	23,2	1,5	6,8
Bolívar	1.247.492	1.434.898	15,0	0,9	5,8
Atlántico	1.362.623	1.328.704	-2,5	-0,2	5,4
Caldas	685.344	890.370	29,9	1,0	3,6
Magdalena	598.708	714.015	19,3	0,5	2,9

Nota: Fuente: DIAN - DANE (EXPO)- Actualizado el 5 de febrero de 2018

Hablando del pilar de Sofisticación y diversificación, el Valle del Cauca logró exportar 1.970 tipos de productos, ampliando la oferta extranjera, consiguiendo la permanencia en el segundo puesto del subpilar de diversificación, en el que alcanza un puntaje de 9,72 sobre 10, posicionándose en el primer lugar de la clasificación general. Algunos de los sectores en destacar fueron de las frituras y extruidos, Según un informe de la Cámara de Comercio de Cali, CCC, la industria local vendió en el exterior el año pasado US\$9,1 millones, 59 % del total nacional los principales destinos de exportación de los productos de frituras y extruidos del Valle del Cauca fueron Panamá (61%) y EE. UU., (37%). Una de las industrias más fuertes en exportación fueron los azúcares y artículos de confitería con una participación de US\$399 millones FOB, Iniciativas impulsadas por los clústeres de macro snacks alentaron con el financiamiento del gobierno la creación de productos nuevos para mercados con estrictos estándares, estas fueron algunas de las empresas: Colombina, Del Alba, Dulces del Valle, Industriales de América, La Caramela, La Tour, Tejaditos, Manitoba y Productos Deli Ricura. (El País, 2018). Otro sector para destacar en el año fue la exportación de perlas preciosas (finas o cultivadas), con un valor de

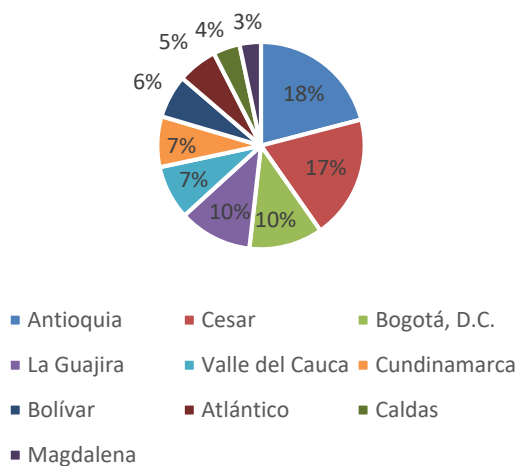
US \$224 millones FOB, le siguen las maquinas, materiales eléctricos, la industria de la agricultura con la producción de café y las manufacturas de papel, cartón y pasta de celulosa.

Año 2018

Un contexto del valle de Cauca en las condiciones económicas para este año nos lleva a hacer una comparación entre el estado del departamento a inicios de los años 2001, donde el impacto que tuvo la crisis económica, política y social en Venezuela derribó uno de los mercados al que se dirigían gran parte de las exportaciones no solo del departamento si no del país, este periodo llevó a la necesidad de una apertura, una expansión y diversificación de los países a los que llevarían las operaciones internacionales, y con ello la oferta que se extendería para los mismos. (Vega, 2018) el directivo Esteban Piedrahita, presidente de la Cámara de Comercio de Cali de aquel momento dio a conocer algunos de los sectores en los que el Valle habría logrado

Ilustración 12:

Gráfica de participación de exportaciones año 2017, según departamento de origen excluyendo petróleo y sus derivados



esa evolución y diversificación: “autopartes, farmacéutica, belleza y cuidado personal, cables de cobre, ácido cítrico, macro snacks” estilizar tabla

Tabla 4:

Tabla de exportaciones por productos CUCI 2018

Principales grupos de productos	2017p (miles de dólares FOB)	2018p (miles de dólares FOB)	Variación (%)	Contribución a la variación
Total	37.880.563	41.831.418	10,4	10,4
Agropecuarios, alimentos y bebidas ¹	7.355.648	7.301.252	-0,7	-0,1
Combustibles y prod. de industrias extractivas ²	21.030.378	24.709.911	17,5	9,7
Manufacturas ³	7.709.991	8.324.362	8,0	1,6
Otros sectores ⁴	1.784.546	1.495.893	-16,2	-0,8

Nota: Fuente: DIAN - DANE (EXPO)- Actualizado el 5 de febrero de 2019

El Valle del Cauca, muy conocido por ser Departamento de ciudades, uno que, en la expansión de su mercado de exportación, en dos décadas de evolución ya se caracterizaba por distinguir en el sector industrial y manufacturado, con un valor agregado, productos como el azúcar y su transformación en confitería, en el sector de la farmacéutica, salud y belleza ya iban en aumento. “El Valle del Cauca no tiene supeditadas sus exportaciones y su producción al sector minero energético”, manifestó José Roberto Concha, director del consultorio de comercio exterior de ICESI.

Desde años atrás en el departamento se buscaba implementar estrategias que fomentaran la gran fortaleza del Valle en la agroindustria, es cuando en el 2015 se implementa el término “un valle que se atreve” dentro de 5 fortalezas que clasificaron en ese entonces, una de las que

salió a relucir para el año 2018 fue “un Valle de bio-negocios⁸”, .“Según el modelo de negocio, 63,8% de las iniciativas de economía circular⁹ en Colombia son de recuperación de recursos, como lo es la generación de combustible y energía a partir de biomasa; 19,0% son plataformas de uso compartido como las aplicaciones de transporte compartido; y 8,6% son de suministro circular como lo son los materiales biodegradables, la energía renovable y los productos químicos no peligrosos utilizados como insumo para los procesos productivos” (Cámara de comercio de Cali, 2022) Para el 2018 el Departamento del Valle aportaba el 10% de la producción agroindustrial, el trabajo de los ingenios azucareros y su producción de bagazo estaba en auge, aprovechando esta fortaleza la idea de promover la economía circular salió a flote, la recuperación de la biomasa se convirtió en elemento clave para la competitividad en las operaciones industriales (ver anexo tabla 7).

Tabla 5:

Tabla de exportaciones por departamento (10 primeras posiciones) para el 2018

Departamento de origen	2017p (miles de dólares)	2018p (miles de dólares)	Variación (%)	Contribución a la variación	Participación (%) 2018
Antioquia	4.477.926	4.441.393	-0,8	-0,1	17,7
Cesar	4.133.239	3.509.272	-15,1	-2,5	14,0
La Guajira	2.440.812	2.755.707	12,9	1,3	11,0
Bogotá, D.C.	2.461.948	2.587.706	5,1	0,5	10,3
Cundinamarca	1.690.660	1.996.333	18,1	1,2	8,0
Valle del Cauca	1.781.973	1.875.962	5,3	0,4	7,5
Bolívar	1.435.071	1.614.680	12,5	0,7	6,4
Atlántico	1.328.704	1.362.797	2,6	0,1	5,4
Caldas	890.370	844.717	-5,1	-0,2	3,4

⁸ Los Bio-negocios: son aquellas actividades económicas rentables que incorporan como factores de competitividad en sus procesos de abastecimiento, producción y distribución, los recursos renovables.

⁹ La economía circular es un modelo de producción y gestión de recursos que se basa en el principio de cerrar el ciclo de producción y consumo de los bienes y servicios, optimizando el rendimiento de los procesos, materiales y energía para reducir la generación de residuos.

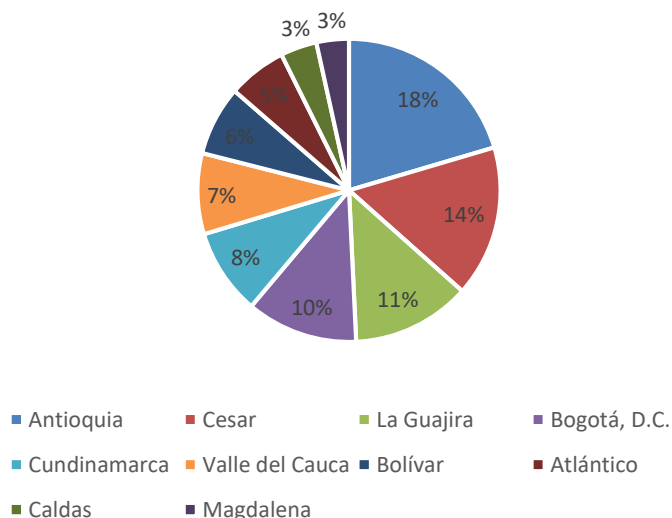
Magdalena	714.015	752.694	5,4	0,2	3,0
------------------	---------	---------	-----	-----	-----

Nota: Fuente: DIAN - DANE (EXPO)- Actualizado el 5 de febrero de 2019

El pacífico colombiano, del cual hace parte el valle del cauca posee unas de las más diversas condiciones climáticas y de suelo para responder con una oferta amplia y diversa ante los mercados internacionales, estos fueron algunos de los cultivos con mayor número de hectáreas sembradas en 2018, El café, la caña de azúcar y el plátano, según la CCC en esta región que produce cerca de 90,0% del alcohol carburante del País y 90,9% de la cogeneración nacional de energía (Camara de comercio de Cali, 2022)

Ilustración 13:

Grafica participación exportaciones 2018, según departamento



Según el DANE- cálculos cámara de comercio de Cali, Estas fueron algunas de las

principales industrias en generar exportaciones fueron, el azúcar, con 243.9, café sin tostar 110.7, confitería 108.5, acumuladores eléctricos 71, papel y cartón 60.1, medicamentos 58.4, oro, 55.5, neumáticos 49.8, desperdicios y desechos de cobre 36.1 y jabones con 32.7. Dentro de las empresas que más exportaron están COLOMBINA S.A., con un de valor de US \$135 millones, CIAMSA - C. I. DE AZÚCARES Y MIELES S.A con US \$99 millones, MAC – JOHNSON

CONTROLS COLOMBIA S.A.S con US \$75 millones y JOHNSON & JOHNSON DE COLOMBIA S.A. con US \$69 millones.

La competitividad que lleva a estas industrias para proporcionar el crecimiento no solo es en el volumen de sus exportaciones si no a la variedad de países a los que llega, en la distribución de los 20 principales destinos están, Estados Unidos, Ecuador, Perú, Chile, México, Brasil, Venezuela, China, Panamá, Haití, República Dominicana, Costa Rica, España, Guatemala y Alemania (Camara de comercio de Cali, 2022).¹⁰

Año 2019

Tabla 6:
Tabla de exportaciones de Colombia año 2019

Principales grupos de productos	2018p (miles de dólares FOB)	2019p (miles de dólares FOB)	Variación (%)	Contribución a la variación
Total	41.904.777	39.501.677	-5,7	-5,7
Agropecuarios, alimentos y bebidas ¹	7.301.252	7.362.742	0,8	0,1
Combustibles y prod. de industrias extractivas ²	24.783.270	22.023.803	-11,1	-6,6
Manufacturas ³	8.324.362	8.290.325	-0,4	-0,1
Otros sectores ⁴	1.495.893	1.824.806	22,0	0,8

Nota: Fuente: DIAN - DANE (EXPO)- Actualizado el 8 de febrero de 2020

¹⁰ Ver anexo Ilustración 18

La economía del departamento en este año denotó un fuerte impacto por las mismas vulneraciones que atravesaba el comercio a nivel global, el panorama económico de Colombia se vio afectado por las tensiones comerciales-, la incertidumbre por el Brexit y las mayores vulnerabilidades financieras (Camara de comercio de Cali, 2022). Desde del departamento del Valle también se vieron fuertes afectaciones a la industria azucarera, las condiciones climáticas causaron daño al sector productivo, con un decrecimiento del 5,6% anual. De US \$361.867 se redujo la cifra a US \$330.218. En la posición general para este año el Valle del Cauca está de quinto lugar como el departamento más competitivo del país, Sin embargo, su puntuación baja a 6,07. (CONSEJO PRIVADO DE COMPETITIVIDAD & CEPEC-UNIVERSIDAD DEL ROSARIO, 2021)el Valle del Cauca es tercero en sofisticación y diversificación y presenta puntajes por encima de 8,15 en todos los indicadores de este pilar. De hecho, este departamento es segundo en diversificación de mercados destinos de exportación y tercero en complejidad del aparato productivo y diversificación de la canasta exportadora.

Tabla 7:

Tabla de exportaciones de Colombia por departamento (10 primeras posiciones) para el 2019

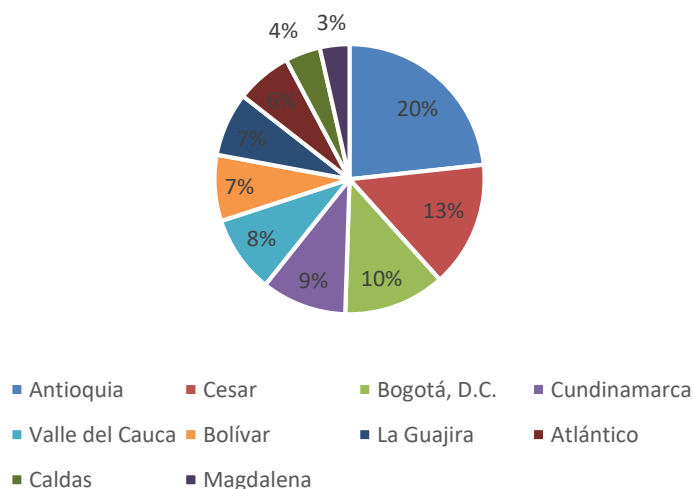
Departamento de origen	2018p (miles de dólares)	2019p (miles de dólares)	Variación (%)	Contribución a la variación	Participación (%) 2019
Antioquia	4.441.393	4.676.574	5,3	0,9	19,9
Cesar	3.509.272	3.024.851	-13,8	-1,9	12,9
Bogotá, D.C.	2.587.706	2.443.217	-5,6	-0,6	10,4
Cundinamarca	1.996.333	2.049.373	2,7	0,2	8,7
Valle del Cauca	1.875.962	1.864.116	-0,6	0,0	7,9
Bolívar	1.614.680	1.589.505	-1,6	-0,1	6,8
La Guajira	2.755.707	1.532.567	-44,4	-4,9	6,5

Atlántico	1.362.797	1.343.408	-1,4	-0,1	5,7
Caldas	844.717	847.877	0,4	0,0	3,6
Magdalena	752.694	712.013	-5,4	-0,2	3,0

Nota: Fuente: DIAN - DANE (EXPO)- Actualizado el 4 de febrero de 2020

Ilustración 14:

Participación exportaciones 2019, según departamento



Año 2020

Tabla 8:

Tabla de exportaciones totales de Colombia para el año 2020

Principales grupos de productos	2019p (miles de dólares FOB)	2020p (miles de dólares FOB)	Variación (%)	Contribución a la variación
Total	39.489.168	31.056.550	-21,4	-21,4
Agropecuarios, alimentos y bebidas ¹	7.362.742	7.872.968	6,9	1,3
Combustibles y prod. de industrias extractivas ²	22.011.294	13.310.508	-39,5	-22,0
Manufacturas ³	8.290.325	6.945.581	-16,2	-3,4

Otros sectores ⁴	1.824.806	2.927.492	60,4	2,8
------------------------------------	-----------	-----------	------	-----

Nota: Fuente: DIAN - DANE (EXPO) Actualizado el 4 de febrero de 2021

En un contexto general este año tanto para Colombia como para el mundo entero se comienza a vivir la pandemia causada por el COVID 19, las exportaciones totales fueron US\$31.056,5 millones FOB, decreciendo un 21,4%, frente al mismo periodo de 2019, principalmente por la disminución de venta de petróleo y derivados, que decreció en un 39.5% frente al año anterior, de igual forma el sector de las manufacturas que decreció en un 16,2%, por el contrario el sector de agropecuarios, alimentos y bebidas fueron US\$7.873,0 millones FOB y presentando un crecimiento de 6,9%, frente al mismo periodo de 2019, como resultado principalmente de las mayores ventas de Ganado bovino vivo (157,7%) que sumó 1,2 puntos porcentuales a la variación del grupo. de las manufacturas tuvieron un margen diferencial a favor, del 7,0%, frente a diciembre de 2019. Esto se da gracias al aumento de las ventas internacionales de Productos químicos y productos conexos (21,2%) que contribuyeron con 7,5 puntos porcentuales a la variación de la agrupación (DANE, 2021), en cuestiones de competitividad el 2020 representa un gran desafío para el Sistema Nacional de Competitividad e Innovación, el decrecimiento que este generó en muchas áreas podría afectar de manera negativa el cumplimiento del objetivo planteado para el 2030, Colombia como uno de los tres países más competitivos de América Latina.

A pesar de las condiciones el Valle del Cauca sube una posición en la tabla general del índice departamental de competitividad, es importante notar la calificación dada en el pilar de salud, “el Valle del Cauca alcanza la segunda posición del pilar, dado su destacado desempeño en materia de cobertura en salud. El departamento cuenta con calificaciones superiores a 9,3 en los indicadores de cobertura de vacunación triple viral, cobertura de vacunación pentavalente

(DTP) y controles prenatales” (CONSEJO PRIVADO DE COMPETITIVIDAD & CEPEC-UNIVERSIDAD DEL ROSARIO, 2021). El valor de las exportaciones totales del Valle del Cauca que fue USD 1.864 millones en 2019 decreció en 2,8%, pasó a USD 1.813 millones en 2020

Tabla 9:
Productos exportados con mayor crecimiento en el 2020 (millones de dólares)

Producto	2019	2020	Var abs. 2019/2020
Azúcar	229	257	28
Preparaciones alimenticias	5	23	18
Preparaciones capilares	33	43	10
Melaza procedente o del refinado de la azúcar	-	7	7
Muebles y sus partes	22	28	6
Preparaciones para higiene bucal	36	42	6
Margarina mezclas o preparaciones alimenticias de grasas o aceites	1	6	5
Dispositivos de almacenamiento permanente de datos y tarjetas inteligentes	42	47	5
Madera aserrada o desbastada longitudinalmente superior a 6 mm	1	5	4
Frutas y demás parte comestibles de plantas	17	21	4
Total 10 productos	387	479	92
Total, Valle del Cauca	1.864	1.813	-51

Nota: Fuente DIAN, DANE - Cálculos Cámara de Comercio de Cali *Según clasificación arancelaria a 4 dígitos **Por efecto del redondeo en millones, los totales pueden diferir ligeramente

Tabla 10:
Tabla de exportaciones de Colombia por departamento (10 primeras posiciones) para el 2020

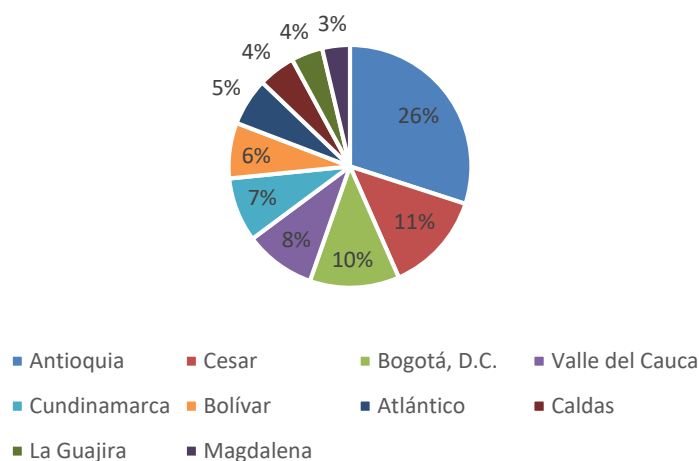
Departamento de origen	2019p (miles de dólares)	2020p (miles de dólares)	Variación (%)	Contribución a la variación	Participación (%) 2020
Antioquia	4.676.574	5.735.823	22,7	4,5	25,7
Cesar	3.024.851	2.564.552	-15,2	-2,0	11,5
Bogotá, D.C.	2.443.217	2.283.888	-6,5	-0,7	10,2

Valle del Cauca	1.864.116	1.812.821	-2,8	-0,2	8,1
Cundinamarca	2.049.373	1.638.167	-20,1	-1,7	7,3
Bolívar	1.589.505	1.417.354	-10,8	-0,7	6,4
Atlántico	1.343.408	1.210.964	-9,9	-0,6	5,4
Caldas	847.877	947.525	11,8	0,4	4,2
La Guajira	1.532.567	803.122	-47,6	-3,1	3,6
Magdalena	712.013	706.469	-0,8	0,0	3,2

Nota: Fuente: DIAN - DANE (EXPO)- Actualizado el 4 de febrero de 2021

Ilustración 15:

Gráfica de participación exportaciones 2020, según departamento.



En el análisis de los pilares de competitividad, tamaño del mercado y sofisticación y diversificación con las exportaciones encontramos que el tamaño de mercado en este año tiene una reducción notable, el Valle del Cauca queda en quinto lugar con un puntaje de 7.4, bajando una posición en la tabla correspondiente, la cantidad de países disminuye, pero aumentan los volúmenes en al menos cuatro países.¹¹

Año 2021

¹¹ Ver anexos Ilustración 21

En búsqueda del fortalecimiento de la canasta exportadora para este año se han exportado 171 productos nuevos desde el Valle del Cauca. Tales como Camarones y demás decápodos de agua fría (*Pandalus spp*, *Crangon crangon*) congelados (USD 342 miles), aserrín, desperdicios y desechos de madera, sin aglomerar (USD 111 miles) y dientes artificiales (USD 111 miles) registraron los mayores valores exportados en enero-noviembre de 2021 (Camara de comercio de Cali, 2022)

Tabla 11:

Tabla de exportaciones totales de Colombia en el año 2021

Principales grupos de productos	2020p (miles de dólares FOB)	2021p (miles de dólares FOB)	Variación (%)	Contribución a la variación
Total	31.055.811	41.223.982	32,7	32,7
Agropecuarios, alimentos y bebidas ¹	7.872.968	9.440.331	19,9	5,0
Combustibles y prod. de industrias extractivas ²	13.309.769	19.685.516	47,9	20,5
Manufacturas ³	6.945.581	8.938.939	28,7	6,4
Otros sectores ⁴	2.927.492	3.159.195	7,9	0,7

Nota: Fuente: DIAN - DANE (EXPO) Actualizado el 31 de enero de 2022

Entre los productos que más se exportaron encontramos un fortalecimiento del sector manufacturero, los quince principales productos de exportación del Valle del Cauca, aceite de soja (66,4%), artículos de vidrio (61,8%) y muebles y sus partes (59,8%), también Los Hilos, cables y conductores aislados para electricidad (56%), en comparación del 2020 se presenta un aumento relativamente alto.

Tabla 12:

Tabla de exportaciones de Colombia por departamento (10 primeras posiciones) para el 2021

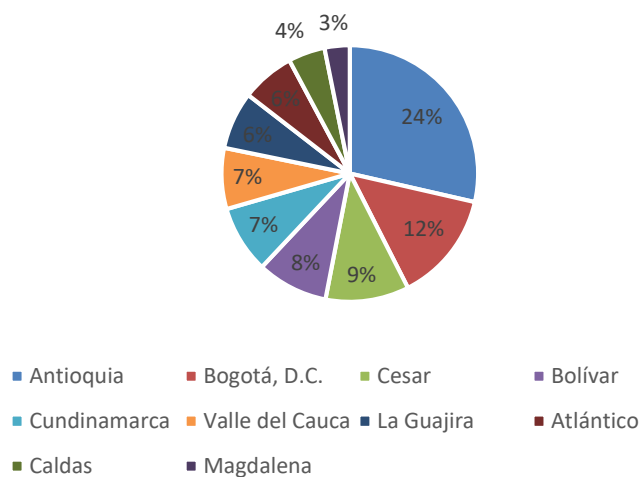
Departamento de origen	2020p (miles de dólares)	2021p (miles de dólares)	Variación (%)	Contribución a la variación	Participación (%) 2021
Antioquia	5.735.823	6.819.623	18,9	4,9	24,5
Bogotá, D.C.	2.283.888	3.326.504	45,7	4,7	11,9

Cesar	2.564.552	2.514.173	-2,0	-0,2	9,0
Bolívar	1.417.354	2.139.435	50,9	3,2	7,7
Cundinamarca	1.638.167	2.033.845	24,2	1,8	7,3
Valle del Cauca	1.812.821	1.834.903	1,2	0,1	6,6
La Guajira	803.122	1.731.966	115,7	4,2	6,2
Atlántico	1.210.964	1.603.796	32,4	1,8	5,8
Caldas	947.525	1.105.971	16,7	0,7	4,0
Magdalena	706.469	756.917	7,1	0,2	2,7

Nota: Fuente: DIAN - DANE (EXPO)- Actualizado el 31 de enero de 2022

Ilustración 16:

Grafica de participación de exportaciones 2021



Año 2022

Tabla 13:

Exportaciones totales de Colombia para el 2022

Principales grupos de productos	2021p (miles de dólares FOB)	2022p (miles de dólares FOB)	Variación (%)	Contribución a la variación
Total	41.389.989	57.115.389	38,0	38,0

Agropecuarios, alimentos y bebidas ¹	9.440.331	11.551.602	22,4	5,1
Combustibles y prod. de industrias extractivas ²	19.851.523	32.043.948	61,4	29,5
Manufacturas ³	8.938.939	10.522.541	17,7	3,8
Otros sectores ⁴	3.159.195	2.997.299	-5,1	-0,4

Nota: Fuente: DIAN - DANE (EXPO) Actualizado el 31 de enero de 2023

Las exportaciones del Valle tuvieron un incremento del 23,8%, donde una gran participación se la llevó el sector agroindustrial, las empresas que tuvieron mayor participación fueron Colombina con US \$134 millones, CIAMSA US \$63.4 millones y Riopaila Castilla 48.4, CI Ataraxia Invest US \$45.3 millones, Manuelita US \$42.8 millones, Comestibles Aldor US \$42.3 millones y Mayagüez con US \$34.8 millones

Tabla 14:

Tabla de exportaciones de Colombia por departamento (10 primeras posiciones) para el 2022

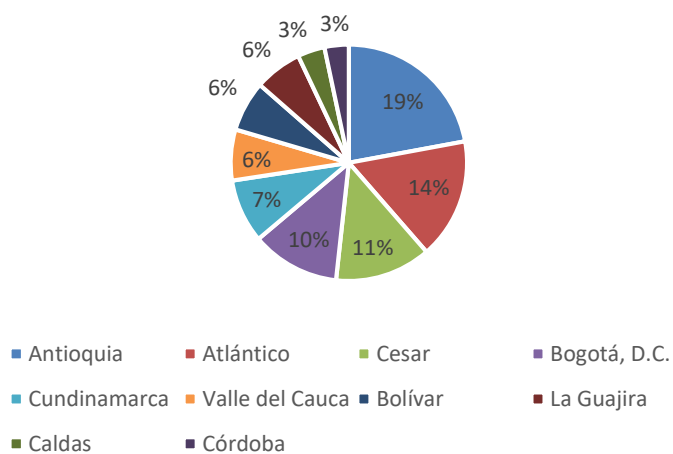
Departamento de origen	2021p (miles de dólares)	2022p (miles de dólares)	Variación (%)	Contribución a la variación	Participación (%) 2022
Antioquia	6.819.623	7.200.562	5,6	1,4	18,9
Atlántico	1.731.966	5.376.639	210,4	13,1	14,1
Cesar	2.514.173	4.286.936	70,5	6,4	11,2
Bogotá, D.C.	3.326.504	3.949.021	18,7	2,2	10,3
Cundinamarca	2.033.845	2.845.380	39,9	2,9	7,5
Valle del Cauca	1.834.903	2.270.821	23,8	1,6	5,9
Bolívar	2.139.435	2.246.760	5,0	0,4	5,9
La Guajira	1.603.796	2.121.921	32,3	1,9	5,6
Caldas	1.105.971	1.211.412	9,5	0,4	3,2

Córdoba	753.416	1.084.272	43,9	1,2	2,8
----------------	---------	-----------	------	-----	-----

Nota: Fuente: DIAN - DANE (EXPO)- Actualizado el 31 de enero de 2023

Ilustración 17:

Gráfica de participación de exportaciones 2022, según departamento



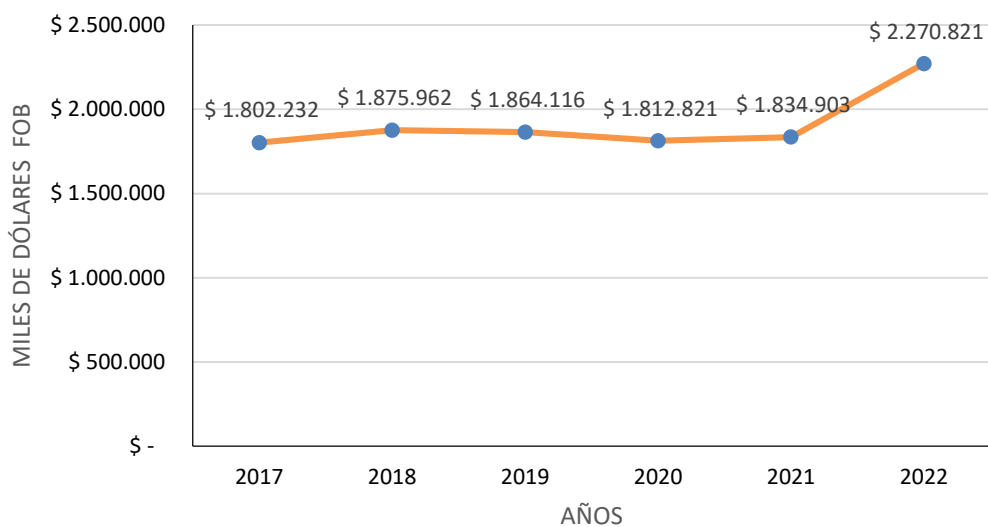
Algunos de los sectores más fuertes fueron el azucarero, la cofitería sin cacao, los aceites de soya, futas y margarina ¹²

Comparativo

¹² Ver anexo tabla 15

Ilustración 18:

Gráfica de exportaciones 2017-2022



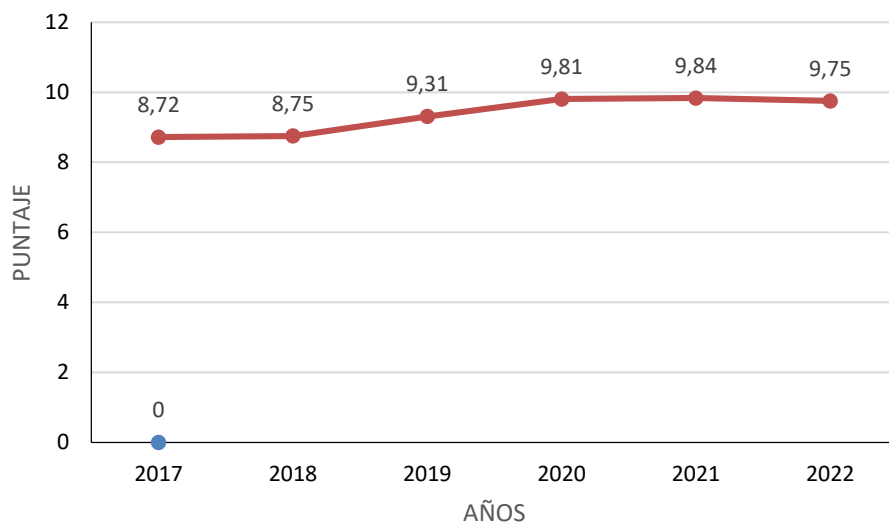
Nota: fuente extraída DIAN, 2023, exportaciones y relación de ventas en dólares. DIAN. Colombia.

Dos pilares de análisis:

1.

Ilustración 19:

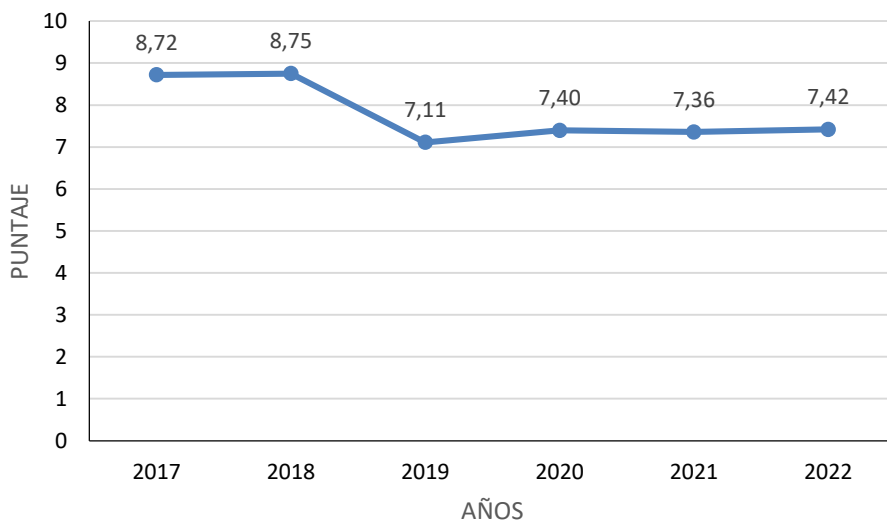
Gráfica Crecimiento por año (2017-2022) del pilar: sofisticación y diversificación en el Valle del Cauca



2.

Ilustración 20:

Grafica de Crecimiento por año (2017-2022) del Pilar: tamaño de mercado en el Valle del Cauca



Si bien anteriormente señalamos la necesidad o la intrínseca relación que existe con el concepto de competitividad a nivel global y a nivel estructural dentro de las diferentes instituciones que lo regulan y lo estudian, intentamos separar los dos conceptos para que se lograra apreciar de manera más detallada cómo afecta esta conexión al mercado, a los crecimientos y al margen de competitividad de cada región, como lo pueden observar el valle del Cauca ha tenido un crecimiento en los niveles de competitividad de manera prolongada a través de estos últimos cinco años, este se ha dado de forma proporcional al crecimiento de las exportaciones de sus productos primigenias y a las incursiones en los nuevos mercados, es decir las exportaciones que han venido convirtiéndose en una actividad recurrente en el mercado del valle del Cauca, como departamento ha incentivado y proporcionado que varios sectores de su mercado se vuelvan más competitivo, lo que al final de cuentas significa que la relación de ambos no es un concepto separado, la relación internacional afecta el mercado tanto como se quiera estudiar la competitividad de cualquier sector del mismo.

Evaluar las estrategias de internacionalización usadas por otros países y regiones para acceder de forma competitiva al mercado internacional, mediante una matriz DOFA.

La internacionalización es una estrategia clave para muchas empresas y regiones que buscan expandirse en el mercado internacional y acceder a nuevas oportunidades de crecimiento. Para lograr esto, es importante identificar las estrategias utilizadas por otros países y regiones que han sido exitosas en su proceso de internacionalización. Conocer estas estrategias y "know how" en la competitividad de otras regiones puede ayudar a que la región del Valle del Cauca identifique oportunidades de crecimiento y mejore su posición competitiva en el mercado internacional. En pro de dar un análisis más acertado y cercano al contexto, se pretende emplear las estrategias y reportes generados por países de América Central y Suramérica, mayormente catalogado como América Latina; no obstante, usaremos ejemplos de países con mayor crecimiento en diferentes continentes.

De acuerdo con los reportes generados por el Banco Mundial (2021) y el Foro Mundial Económico (2022), los países latinoamericanos donde se centra la competitividad y construye mejores y más presencia en el mercado internacional de bienes y servicios son:

Titulo y funete.

Tabla 15:
Ranking de competitividad por anualidad entre naciones de Latinoamérica.

PUESTO/ ANUALIDAD	2017	2018	2019	2020	2021	2022
1RO	Chile	Chile	Chile	Chile	Chile	Chile
2DO	México	México	México	México	México	México
3RO	Costa Rica	Uruguay	Uruguay	Costa Rica	Costa Rica	Uruguay
4TO	Panamá	Costa Rica	Costa Rica	Uruguay	Uruguay	Costa Rica
5TO	Colombia	Colombia	Panamá	Panamá	Colombia	Panamá
6TO	Perú	Perú	Colombia	Colombia	Panamá	Colombia

7MO	Uruguay	Panamá	Perú	Perú	Perú	Perú
------------	---------	--------	------	------	------	------

Nota: tabla desarrollada y obtenida a partir de datos arrojados por plataforma del Banco Mundial e informes de rendición de Foro Económico Mundial a partir de esto enlace: <https://datos.bancomundial.org/indicador/NE.EXP.GNFS.ZS?locations=1W>

Por supuesto, hay que tener en cuenta que los datos proporcionados fueron bajo los efectos producidos por la pandemia. Por lo anterior, es importante recordar que, aunque se sostienen los puestos, los índices (ya presentados en el capítulo 2) han bajado en comparación con los arrojados antes del 2020.

Si bien es cierto, es posible atribuir la situación actual de los Estados señalados por cinco (05) factores; diversificación de la oferta exportable, mejora de la infraestructura, desarrollo de políticas de apoyo a las exportaciones, formación y desarrollo de habilidades, y fomento de la cooperación internacional. Cada uno de estos factores permite sostener y dar presencia a bienes y servicios en el mercado internacional de cada una de las naciones en ese ranking, en comparación con los países latinoamericanos. Podemos encontrar que dentro de las políticas exitosas está la creación de programas de cooperación interamericana de países en el atlántico (Banco Mundial, 2021). Si bien es cierto, el ejemplo se sujeta al factor cooperación internacional.

Otro ejemplo plausible es la colaboración y el establecimiento de alianzas también han sido estrategias clave en el periodo mencionado. Por ejemplo, Brasil ha establecido alianzas con otros países y empresas para mejorar su posición competitiva en el mercado internacional. En 2017, la empresa brasileña Vale y la australiana Fortescue Metals Group establecieron una alianza para desarrollar proyectos en el mercado de mineral de hierro (BNamericas, 2017).

Por otra parte, la necesidad de enfrentar grandes capacidades para adaptarse a fenómenos y cambios dentro de las relaciones internacionales, así como las exigencias internacionales permiten generar presencia, competitividad y desarrollo económico. Para establecer en método

podemos observar a Brasil, quienes ofrecen una gran parte de ellos países que venden o aportan al mercado de hierro que, hoy en día, presenta una crisis variable desde el 2020 por el superávit del precio por tonelada de hierro (Bnamericas, 2020). De acuerdo con la información, la inversión presentada por Brasil permitirá aumentar su presencia en la venta de hierro a nivel internacional, mientras el imponente en hierro, China, se reestablece en el mercado internacional.

Por otra parte, México ha adaptado sus productos y servicios a las exigencias del mercado internacional para mejorar su posición competitiva. La industria automotriz mexicana ha adaptado sus productos a las normativas y regulaciones del mercado estadounidense y ha logrado establecerse como uno de los principales proveedores de vehículos en el mercado de América del Norte (Roberts, 2021). Lo que eleva su capacidad de exportación y eleva su industria automotriz concentrada en el ensamble de un ejemplo claro colaboración y establecimiento de alianzas.

Ahora bien, si se desea establecer una estrategia para la promoción a la exportación, encontramos el ejemplo de la política ProMéxico. La misma, tiene por objeto promover la exportación de productos y servicios mexicanos en el mercado internacional (Gobierno de México, 2018). Asimismo, el país ha firmado diversos acuerdos comerciales, como el Acuerdo de Asociación Transpacífico (CPTPP) y la modernización del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), ahora conocido como T-MEC.

No obstante, siempre es una estrategia rentable la promoción del propio país como marca. Y es que la promoción de la marca país es otra estrategia utilizada por países y regiones para mejorar su posición competitiva en el mercado internacional. La marca país puede ayudar a mejorar la imagen y la reputación de una región en el mercado internacional, lo que puede contribuir a atraer inversiones, turismo y oportunidades de negocio. Por ejemplo, países como México, Colombia, Chile y Brasil han promovido su marca país a través de campañas

publicitarias y actividades promocionales para mejorar su posición competitiva en el mercado internacional. Eventos recientes como los juegos panamericanos, mundiales y demás permiten establecer una presencia internacional importante como marca, así como la creación de políticas orientadas al marketing.

La innovación y el desarrollo de tecnologías avanzadas también son estrategias importantes para mejorar la competitividad en América Latina. Chile ha invertido en el desarrollo de tecnologías avanzadas para mejorar su posición competitiva en el mercado internacional. En 2019, el gobierno chileno lanzó una estrategia de innovación para promover la investigación y el desarrollo de tecnologías avanzadas en diversos sectores, como la minería y la agricultura (Gobierno de Chile, 2018). Por otro lado, en Colombia, se ha impulsado la innovación en diversos sectores, como la agroindustria y el turismo, a través de la creación de programas como el "Fondo Emprender" y el "Fondo de Ciencia, Tecnología e Innovación". Asimismo, el país ha establecido alianzas con otros países, como Israel, para fomentar la cooperación en materia de innovación y tecnología.

En el periodo de 2017 a 2022, algunos países latinoamericanos han continuado utilizando estrategias de promoción de exportaciones, alianzas estratégicas, digitalización, innovación y desarrollo de tecnologías avanzadas para mejorar su posición competitiva en el mercado internacional. La implementación de estas estrategias ha permitido a los países de la región acceder a nuevas oportunidades de crecimiento y mejorar su competitividad en el mercado global. La identificación de estas estrategias y su adaptación a la realidad de la región del Valle del Cauca puede ser una herramienta valiosa para mejorar su posición competitiva en el mercado internacional y acceder a nuevas oportunidades de crecimiento.

Como observamos anteriormente, explorar las diversas formas en las que es posible generar competitividad e impulsar la presencia internacional de exportación a partir de muchas vías. Y es que el fortalecimiento de los propios bienes y servicios se establece como la vía más empleada, no obstante, los medios alternativos presentan mayores índices de aprobación.

Según los datos proporcionados por la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2021), Paraguay y Uruguay encabezan la lista de los países con mayores crecimientos en exportaciones en 2020 y 2021. En 2020, Paraguay registró un crecimiento del 4,4% en sus exportaciones, mientras que en 2021 su crecimiento aumentó significativamente al 15,6%. Uruguay también tuvo un crecimiento notable en sus exportaciones, con un aumento del 4,0% en 2020 y un 9,9% en 2021. Además, se observa que países como Chile y Colombia también han experimentado crecimientos importantes en sus exportaciones, con tasas superiores al 4% en ambos años. Estos datos indican que, a pesar de las dificultades económicas generadas por la pandemia, algunos países de América Latina han logrado mantener un crecimiento en sus exportaciones y, en algunos casos, incluso mejorar sus cifras en comparación con años anteriores.

Matriz DOFA.

Para dar una postura estratégica más acorde, se desarrolló una matriz DOFA siguiendo la información disponible en los Objetivos de Desarrollo Sostenible, disponibles por el DPN, estrategias de Internacionalización de la administración del Valle del Cauca y datos aportados por la Gobernación del Valle del Cauca.

Tabla 16:
Matriz DOFA presentación estratégica del Valle del Cauca

	Oportunidades	Amenazas
--	----------------------	-----------------

Externas /Internas	tecnología y ciudad inteligente	Cambio de divisas
	Manufacturas	Alza de precios tecnológicos
	Clúster de Belleza	Alza de precios en combustible fósil
	Proyectos ambientales	Alza de los costos de exportación
	Alimentos	Incremento en presión por aplicación de políticas no discriminatorias
Fortalezas	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
Mano de obra calificada	Creación de emprendimientos tecnológicos	Alianzas estratégicas que proporcionen tecnología
Sector educativo medio	Procesos de intercambios educativos institucionales públicos privados	Cambio o estrategias para uso de energías limpias
Eliminación de pobreza extrema	Impulsar programas de creación PYMES tecnológicas	Iniciativas para la baja de aranceles e impuestos de exportación
Salud	Alianzas estratégicas en productos cosméticos y médicos estéticos	Capacitaciones para aplicar prácticas no discriminatorias en espacios laborales
Instituciones	Realizar eventos o clústeres de emprendimientos y ofertas laborales	
Sector agrícola	Asegurar insumos agrónomos	
Debilidades	ESTRATEGIA DO	ESTRATEGIAS DA
Desempleo de mano tecnificada	Impulsar la competitividad de mercado Snacks	Campañas de fortalecimiento institucional
Crecimiento de ingresos / familia	Impulso de redes de emprendimiento	Descontinuar prácticas agroindustriales contrarias a la protección del medio ambiente y salud
Brecha salarial H/M	Proyectos de creación de excelencia clínica	Acciones conjuntas con Min Trabajo por prácticas discriminatorias
Poco acceso a tecnología en mercado	Estrategias ambientales para la protección de recursos naturales	Reducción de impuesto en importaciones de tecnología

Espacio habitable y alimenticio en peligro		
---	--	--

Nota: Esta tabla muestra cómo desde lo aportado por la administración pública del Valle, construido a partir de Comisión Regional de Competitividad e Innovación – CRCI, 2020. Colombia Competitiva. Gobierno de Colombia. Y de Gobernación del Valle del Cauca, 2016. Ordenanza No.415 de junio 8 de 2016. Departamento Nacional de Planeación, Objetivos de Desarrollo Sostenible. Cali – Valle del Cauca tomado de: <https://ods.dnp.gov.co/es/departamentos/valle-del-cauca>

1. Conclusiones

El direccionamiento que le han brindado las entidades estatales al Valle del Cauca en miras del crecimiento y la expansión del alcance comercial ha permitido proporcionar un desarrollo efectivo, las metas fijadas a largo plazo, las rutas de trabajo trazadas y toda la planeación, han sido trascendentales para obtener los resultados vistos en las exportaciones del departamento. Por otro lado, la participación de las empresas en la construcción de redes ha formado un sector más consolidado, que prospecta mayor confianza hacia el mercado internacional, de la mano con el sector de la academia se han brindado elementos de formación, en medio de un mercado internacional exigente, se han dado capacitaciones que crean un empresariado competitivo y estratega. Concluimos que la actuación de los entes mencionados debe trabajar en conjunto, cada uno con sus respectivos aportes para construir un departamento competitivo, esto efectivamente impacta de manera directa la capacidad de las empresas para comercializar por fuera del territorio nacional.

Existe una fuerte relación entre la competitividad y la internacionalización, estos dos permiten que las empresas puedan mantenerse en el tiempo generando la rentabilidad y la estabilidad en el mercado, específicamente hablando de los pilares, de manera general existía una línea de comportamiento proporcional en la variación de los datos por año, sin embargo en el pilar de Sofisticación y Diversificación detallamos que no en todos los años en los que se

presentaba un mejor puntaje en el indicador había un incremento en el valor de las exportaciones realizadas, y en el pilar de Tamaño de Mercado, se presentaron decaídas en puntaje y esto en todos los años tampoco reflejó la disminución del valor de las exportaciones. Esto nos lleva a concluir que aunque se mantienen en una línea de comportamiento proporcional y existe una fuerte correlación entre sí, las exportaciones y el nivel de posicionamiento internacional está sometido a otras variables que no amarran en su 100% a estos dos indicadores, eventualmente se proporcionan fluctuaciones que van a depender de otros indicadores que no se relacionan exactamente con el comercio internacional y su competitividad, entre otros como las políticas comerciales, disposición de capital, disponibilidad de personal capacitado y especializado, la astucia para para identificar potenciales socios y oportunidades de negocio en otros países, la accesibilidad o estrategia para obtener la información y el comportamiento de mercados exteriores.

A modo de conclusión de este trabajo, señalamos que el análisis de los indicadores de competitividad: sofisticación y diversificación, y tamaño del mercado, del Consejo Privado de Competitividad, para la internacionalización de las empresas en el departamento del Valle del Cauca entre los años 2017 y 2022, muestra que el crecimiento de factores como el alcance e incursión de nuevos mercados, la canasta exportadora con sectores de alta productividad, la implementación de nuevas tecnologías y procesos operativos en las exportaciones, posiciona al departamento del Valle del Cauca como un departamento competitivo, que en el estudio de los años en mención demuestra una capacidad más allá del volumen de sus exportaciones, esa competitividad se ve reflejada en la permanencia de los productos del departamento en el mercado internacional y la incursión de nuevas industrias locales en el exterior, brindando bienes

y servicios cada vez más a la medida de la demanda global, aunque teorías exponen la doble causalidad de la relación entre la competitividad y la internacionalización, para que una empresa llegue a reconocerse como activa y participativa en territorio internacional debe desarrollar competencias internas que lo escalen a mercados externos, es decir a la internacionalización.

2. Anexos

Ilustración 23:

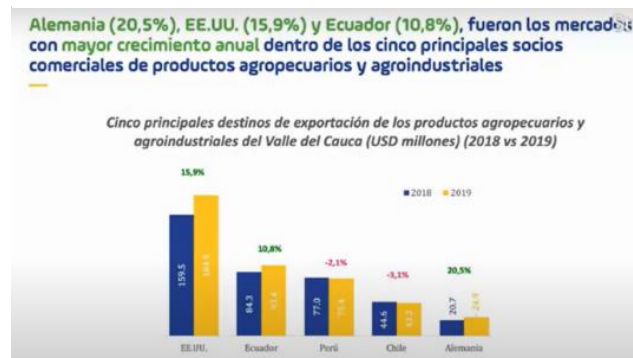
Análisis de las exportaciones agroindustriales del Valle del Cauca en 2019



Fuente: DANE, DANE, Cálculos CC Cali

Ilustración 22:

Destinos principales de exportación para el Valle del Cauca 2018-2019



Fuente: DANE, MINCIT

Ilustración 21:

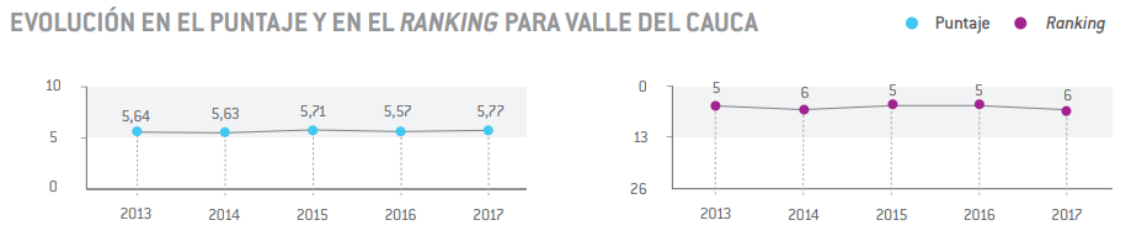
Gráfica de países con mejores relaciones de exportación con el Valle del Cauca por año desde el 2018



Nota: Información aportada por Exportaciones del Valle, 2022. Gobernación del Valle del Cauca. Cali-Colombia

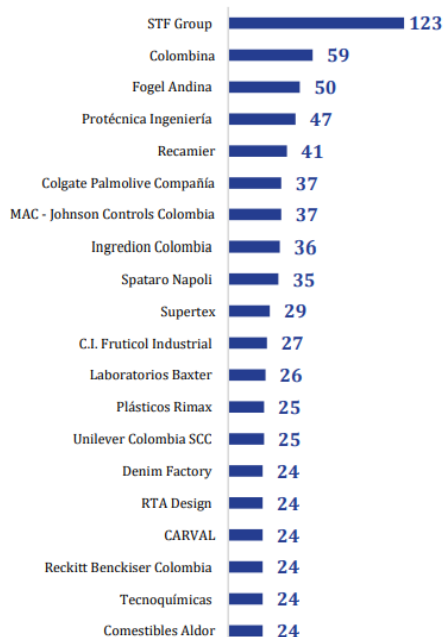
Ilustración 24:

Gráfica de descripción e indicadores iniciales del Valle del Cauca.

**EVOLUCIÓN EN EL PUNTAJE Y EN EL RANKING PARA VALLE DEL CAUCA****Ilustración 18:**

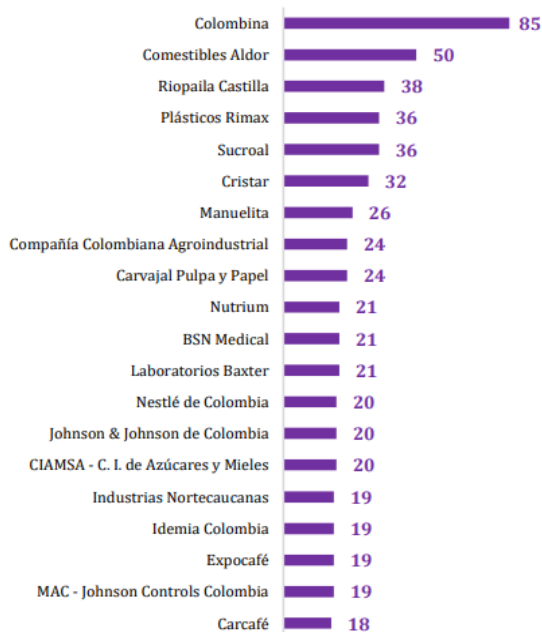
Gráfica de participación de empresas principales del Valle del Cauca.

Gráfico 2. 20 principales empresas de Las 100+ exportadoras del Valle del Cauca y norte del Cauca 2018 según número de partidas arancelarias



Fuente: DIAN, DANE-Cálculos Cámara de Comercio de Cali

Gráfico 8. 20 principales empresas de Las 100+ exportadoras del Valle del Cauca y norte del Cauca según número de destinos de exportación 2018



Fuente: DIAN, DANE-Cálculos Cámara de Comercio de Cali

Ilustración 25:

Tabla de tamaño de mercado afectado en los principales destinos de exportación

Gráfico 6. Variación (%) de las exportaciones del Valle del Cauca a los diez principales destinos* de exportación enero-noviembre (2020 Vs. 2019)



Nota: Fuente: DIAN, DANE - Cálculos Cámara de Comercio de Cali *No incluye Zonas Francas

Tabla 17:
Principales productos agroindustriales 2022 v 2021

Cuadro 3. 15 principales productos agroindustriales* exportados desde el Valle del Cauca (USD millones)
2022 Vs. 2021**

Productos	2021	2022	Diferencia	Var. (%)	Part. (%)
Azúcar	224	306	83	37,0	43,3
Confitería sin cacao	87	121	33	38,2	17,0
Aceite de soja	59	73	15	24,8	10,3
Productos de panadería, pastelería o galletería	36	43	7	19,8	6,1
Frutas y demás partes comestibles de plantas	21	22	2	7,7	3,2
Margarina	21	22	1	6,1	3,1
Preparaciones alimenticias de harina	18	19	1	3,6	2,6
Preparaciones alimenticias no expresadas en otra parte	27	17	-10	-36,3	2,4
Chocolate y demás preparaciones	10	13	3	27,1	1,8
Aceite de palma	4	13	8	178,2	1,8
Preparaciones para la alimentación de los animales	6	11	5	76,1	1,5
Preparaciones para salsas y salsas preparadas	9	10	1	12,5	1,5
Extractos y esencias de café, té o yerba mate	5	8	3	52,0	1,2
Alcohol etílico	7	5	-2	-19,2	0,8
Grasas y aceites vegetales fijos y sus fracciones	2	4	2	74,3	0,6
Total 15 principales productos agroindustriales	537	688	151	28,2	97,2
Total exportaciones agroindustriales del Valle del Cauca	549	708	159	28,9	100

Fuente: DIAN, DANE - Cálculos Cámara de Comercio de Cali

*Según clasificación MINCIT

**Según clasificación arancelaria a 4 dígitos

Referencias

- (CONSEJO PRIVADO DE COMPETITIVIDAD Y UNIVERSIDAD EL ROSARIO. (2019). *INDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2019*. BOGOTÁ.
- Alonso Cifuentes, J., & Mueces Bedón, C. V. (2022). Cointegración y causalidad entre las exportaciones y la productividad en el Valle del Cauca. *Sociedad y Economía*. doi:<https://doi.org/10.25100/sye.v0i45.10935>
- Armada Nacional de Colombia. (s.f.). *ASTILLERO DE BAHÍA MÁLAGA ABRE SUS PUERTAS AL PACÍFICO COLOMBIANO*. Obtenido de Armada de Colombia: <https://www.armada.mil.co/es/content/astillero-de-bah%C3%AD-m%C3%A1laga-abre-sus-puertas-al-pac%C3%ADfico-colombiano>
- Banco Mundial. (2021). *INFRAESTRUCTURA PARA EL DESARROLLO: CÓMO MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA Y EL CRECIMIENTO ECONÓMICO*. Banco Mundial. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/topic/infrastructure/brief/infrastructure-for-development>
- BNamericas. (2017). *Brasil y fortescue metal group establecen alianza para desarrollar proyectos en mineral de hierro*. BNamericas. Obtenido de <https://www.bnamericas.com/es/noticias/brasil-y-fortescue-metals-group-establecen-alianza-para-desarrollar-proyectos-en-mineral-de-hierro>
- Bnamericas. (13 de abril de 2020). *Perspectiva positiva de precios beneficiará a proyectos de mineral de hierro en Brasil*. Obtenido de <https://www.bnamericas.com/es/analisis/perspectiva-positiva-de-precios-beneficiara-a-proyectos-de-mineral-de-hierro-en-brasil>
- Botero Pinzon, L. D. (Diciembre de 2014). Internacionalización y competitividad. *Revista Ciencias Estratégicas*, 22(32), 187-196.
- Camara de comercio de Bogotá. (s.f.). *Camara de comercio de Bogotá*. Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes-CCB/Iniciativas-de-Clusters/Que-son-los-Clusters-y-donde-estan-ubicados#:~:text=Clusters%3A%20se%20define%20como%20una,cerca%20geogr%C3%A1ficamente%20unas%20de%20otras>.
- Camara de comercio de Cali. (2022). *Enfoque competitivo- Informe 172*.
- Cann, O. (12 de octubre de 2016). *¿Qué es la competitividad?* Obtenido de World Economic Forum: <https://es.weforum.org/agenda/2016/10/que-es-la-competitividad/>

- Cardozo, P. P., Chavarro, A., & Ramírez, C. A. (2007). Teorías de internacionalización. *Panorama*, 4-23. doi:<https://doi.org/10.15765/pnrm.v1i3.264>
- Colombia Productiva. (2008). *Conózcenos*. Obtenido de Colombia Productiva: <https://www.colombiaproductiva.com/conozcanos/que-hace-ntp>
- Colombia productiva. (20 de Agosto de 2020). *Fábricas de Productividad aumentó 27% productividad de empresas del Valle y occidente*. Obtenido de Colombia Productiva: <https://www.colombiaproductiva.com/ntp-comunica/noticias/fabricas-de-productividad-aumento-27-productividad>
- Colombia productiva. (7 de abril de 2022). *Colombia productiva*. Obtenido de <https://www.colombiaproductiva.com/ntp-servicios/ntp-proyectos/manufacturas/alianzaproa>
- Colombia Productiva. (s.f.). *SENAInnova - Productividad para las empresas*. Obtenido de Colombia Productiva: <https://www.colombiaproductiva.com/ntp-servicios/ntp-proyectos/senainnova2/participa-en-senainnova-%E2%80%93-productividad-para-las-e>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2021). *EL comercio exterior de America Latina y el Caribe en 2020 y 2021*. Cepal.
- CONSEJO PRIVADO DE COMPETITIVIDAD & CEPEC-UNIVERSIDAD DEL ROSARIO. (2021). *índice departamental de competitividad 2020-2021*.
- CONSEJO PRIVADO DE COMPETITIVIDAD & SCORE-UNIVERSIDAD DEL ROSARIO. (2020-2021). *ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2020-2021*. BOGOTÁ.
- CONSEJO PRIVADO DE COMPETITIVIDAD & SCORE-UNIVERSIDAD DEL ROSARIO. (2022). *INDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD 2022*. BOGOTÁ.
- CONSEJO PRIVADO DE COMPETITIVIDAD Y UNIVERSIDAD EL ROSARIO. (s.f.). *ÍNDICE DEPARTAMENTAL DE COMPETITIVIDAD*. BOGOTÁ.
- DANE. (2021). *Boletín Técnico-Exportaciones (EXPO) Diciembre 2020*. Bogotá.
- Departamento de Planeación Nacional (DPN). (2011). *Estudio de competitividad del sector agroindustrial en el Valle del Cauca*. Bogotá D.C.: DPN.
- El País. (4 de octubre de 2018). *Investpacific*. Obtenido de <https://investpacific.org/el-valle-del-cauca-en-medios/el-valle-del-cauca-es-lider-en-exportacion-de-frituras/>
- García, E., Coll, V., & Blasco, O. M. (2005). ¿Competitividad e innovación en la micro y pequeña empresa? Retos previos a superar. *Estudios Economía Aplicada*, 23(3), 559-581.

- Gobernación. (2018). *Informe periodístico-Los tres productos con mayor exportación durante 2016-2017 en el Valle del Cauca*. Gobernación del Valle del Cauca. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=7YSLvLw77DU>
- Gobierno de Chile. (2018). *Ley de Transformación Digital del Estado*. Obtenido de Gob Digital: <https://digital.gob.cl/transformacion-digital/ley-de-transformacion-digital/>
- Gobierno de México. (02 de enero de 2018). *gobmex*. Obtenido de ProMéxico te ayuda a exportar: <https://www.gob.mx/se/articulos/promexico-te-ayuda-a-exportar-142133?idiom=es>
- Gutiérrez Núñez, A. (23 de Agosto de 2021). Buenaventura movilizó 35% de la carga internacional que se dio en el país en 2020. *La República*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/especiales/las-mas-vendedoras-del-valle/buenaventura-movilizo-35-de-la-carga-internacional-que-se-dio-en-el-pais-en-2020-3220487>
- Invest Pacific. (12 de 09 de 2022). *Invest Pacific*. Obtenido de <https://investpacific.org/tejido-empresarial/#:~:text=Empresas%20internacionales%20en%20el%20Valle%20del%20Cauca&text=El%20Valle%20del%20Cauca%20tiene,operaciones%20activas%20en%20el%20territorio.>
- Juan Carlos Ramírez J. y Johan Manuel de Aguas P/ Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2017). *Escalafón de la competitividad de*. Bogotá.
- Mariasole Bannò, L. P. (2015). Determinantes de la internacionalización de las regiones: el papel y la eficacia de las medidas de política pública. *Estudios regionales*, 49:7, 1208-1222, DOI: 10.1080/00343404.2013.821570. doi:10.1080/00343404.2013.821570
- Medeiros, V., Gonçalves Godoi, L., & Camargo Teixeira, E. (diciembre de 2019). La competitividad y sus factores determinantes para países en desarrollo. *Revista de la CEPAL*(129), 7-28.
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (s.f.). *Política de Desarrollo Productivo*. Obtenido de Ministerio de Comercio Industria y Turismo: <https://www.mincit.gov.co/minindustria/temas-de-interes/politica-de-desarrollo-productivo>
- Ricardo Santa Diego Morante Thomas Tegethoff Santa, R. (. (2019). *Regiones inteligentes: la competitividad en el Valle del Cauca*. Cali: Editorial Universidad Icesi : Escuela Militar de Aviación "Marco Fidel Suárez". Obtenido de <https://elibro-net.ezproxy.uan.ed>

Roberts, K. (04 de 08 de 2021). Mexico's Auto Industry: What's Driving Growth? *Forbes*, págs. <https://www.forbes.com/sites/kenroberts/2021/08/04/mexicos-auto-industry-whats-driving-growth/?sh=51c13cc94ff2>.

Ruiz Rico, M. A. (17 de Marzo de 2020). Sociedad Portuaria de Buenaventura mueve 42% del comercio exterior colombiano. *La República*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/sociedad-portuaria-de-buenaventura-mueve-42-del-comercio-exterior-colombiano-2978806#:~:text=En%20importaciones%2C%20al%20ser%20el,bajar%20el%20comercio%20con%20China%3F>

Spencer Ruff, E. (2018). *Síntesis de teorías sobre la internacionalización de empresas: estudio en base a empresas de países desarrollados y emergentes*. Santiago de Chile: Universidad de Chile.

Suñol, S. (2006). *Ciencia y Sociedad*, vol. XXXI, núm. 2-ASPECTOS TEÓRICOS DE LA COMPETITIVIDAD.

Valle Chavaco, M. (8 de mayo de 2022). *Sofisticación e internacionalización de indicadores en el valle del cauca*. Obtenido de Gobernación del Valle del Cauca: <https://www.valledelcauca.gov.co/publicaciones/74836/sofisticacion-e-internacionalizacion-impulsan-crecimiento-de-indicadores-economicos-en-el-valle-del-cauca>

Vega, A. F. (20 de diciembre de 2018). 'Valle del Cauca tiene la canasta de exportación más diversificada'. Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/valle-del-cauca-tiene-la-canasta-de-exportacion-mas-diversificada-524665>