

Información del artículo

Recibido: 21/04/2016

Revisado: 19/08/2016

Aceptado: 02/12/2016

Información del autor

Docentes-Investigadores Universidad
Autónoma del Caribe
Grupo de investigación: Erconfi

Correspondencia

hsparano@gmail.com

santisar_delvalle@hotmail.com

© 2016 Universidad La Gran Colombia. Este es un artículo de acceso abierto, distribuido bajo los términos de la licencia Creative Commons Attribution License 4.0, que permite el uso ilimitado, distribución y reproducción en cualquier medio, siempre que el autor original y la fuente se acrediten.

**Cómo citar**

Sparano, H.R. Sarmiento, S. (2016) Mercados potenciales para Colombia en el comercio con países del Caribe. Contexto 5, 45-52.

Mercados potenciales para Colombia en el comercio con países del Caribe*Humberto Rafael Sparano Rada, Santiago Sarmiento del Valle***Resumen**

Los acuerdos comerciales y tratados de libre comercio (TLC) han facilitado la identificación de nuevos mercados internacionales. Los países del Caribe se constituyen en mercados potenciales, que no han sido aprovechados adecuadamente. Son grandes las oportunidades de negocios para Colombia, en especial para empresarios e inversionistas. Esta región ofrece ventajas por su ubicación estratégica para los mercados de Estados Unidos, Unión Europea, América del Sur y países asiáticos, convirtiéndose en plataforma logística para fortalecer su comercio.

Esta investigación permitió divulgar las ventajas y beneficios que actualmente brindan los países del Caribe, tales como, la estabilidad y seguridad a inversionistas que deseen instalarse dentro o fuera de las Zonas Francas, crear centros productivos con exenciones de derechos arancelarios e impuestos a las remesas de utilidades, fortaleciendo la competitividad de las empresas colombianas hacia los mercados externos. Además, los territorios extranjeros (franceses, holandeses, británicos y americanos) que se encuentran en la región del Caribe, facilitan el intercambio de productos con países de la Unión Europea y Estados Unidos, a través de las preferencias arancelarias otorgadas por el Acuerdo de Caricom y otros con características relevantes con productos originarios de la región, lo que favorece su expansión y desarrollo económico. Por lo tanto, la región del Caribe se convierte en un mercado potencial para Colombia, en especial a proveedores, producto de las importaciones realizadas por la región desde el resto del mundo, lo que constituye un reto para mejorar la calidad de nuestros productos y servicios, fortalecer sectores productivos e incrementar la competitividad.

Palabras clave: Acuerdos comerciales, competitividad, inversionistas, negocios, oportunidades.

Potential market for Colombia in trading with the Caribbean countries**Abstract**

Commercial agreements and free trade treaties –FTT, have facilitated identification of new international markets. The Caribbean countries become potential markets. Which have not been properly taken advantage of. They are great business opportunities for Colombia, especially for companies and investors. This region provides great advantages because of its strategic location for US, European Union, South America, and Asian countries market, by turning into a logistic platform to strengthen its commerce.

This research led to release advantages and benefits currently provided by the Caribbean countries, such as stability and security to investors planning to settle either inside or outside Free Zones, create new production centers, with excellent tariff fees and tax on return remittances, thus strengthening Colombian companies competitiveness toward foreign markets. In addition, foreign territories, (French, Dutch, British and American), held in the Caribbean region, facilitate goods exchange with EU countries, and the United States, through tariff preferences granted by CARICOM agreement, and other with important characteristics related to products produced in this region, which serves its expansion and economic development. Therefore, the Caribbean region becomes a potential market for Colombia, specially for suppliers, as a result of imports performed by this region from the rest of the world, which poses a great challenge to improve quality of our products and services, strengthen productive sectors, and increase competitiveness.

Key words: Commercial agreements, competitiveness, investors, businesses, opportunities.

Introducción

En la actualidad la búsqueda e identificación de mercados potenciales son una constante en la mayoría de los países del mundo, en especial los países en desarrollo y los emergentes. Quizás para ellos lo más atractivo y conveniente serían los países desarrollados, sin embargo, existen opciones que permitirían incrementar el comercio aprovechando las ventajas comparativas y competitivas. Aunque podrían presentarse inconvenientes al momento de evaluar la efectividad de las políticas comerciales existentes vistas como estímulos para incursionar en dichos mercados. Se hace necesario ampliar el tipo y cantidad de bienes y servicios con los que se podrían participar, aunque se requiere adaptación para poder consolidarse y beneficiarse de mayor cantidad negociada y que genera un buen volumen de divisas.

Colombia podría tener en los países de la región del Caribe grandes oportunidades, la mayoría de ellos son grandes importadores y los productos que pueden ofrecer generalmente los adquieren. Lo importante es contar con empresarios y emprendedores que estén dispuestos a exportar y posicionarse competitivamente en mercados externos, apoyándose en que existen condiciones que promueven convenios y tratados internacionales, políticas que atraen al inversionista y promueven la innovación y tecnología.

La investigación se basó en la identificación de mercados potenciales para Colombia en el comercio con países del Caribe, como objetivo general. Como específicos, describir la situación económica y comercial de Colombia y los países del Caribe; determinar y evaluar las ventajas y desventajas que ofrece cada país; y analizar las políticas económicas y comerciales del país y los del Caribe. Es un estudio descriptivo y se utilizó el método analítico. Se utilizaron fuentes secundarias y entrevistas a personas directamente relacionadas.

Fundamento teórico

Ante la creciente necesidad de los países por identificar mercados potenciales, donde puedan ampliar su base exportadora y alcanzar mayor competitividad es importante encontrar justificaciones teóricas que faciliten el proceso. Al margen de lo anterior, “la competitividad es un concepto que puede generar un marco teórico que explique diferentes situaciones propias de las condiciones

de cada país” (Allen, 1988, p.1). Mientras que para Ezeala-Harrison (1999) advierte que “es un factor muy importante en la política económica de una nación” (p.1). Además se considera que “es más importante desarrollar una teoría que sea aceptada para explicar la competitividad de una nación” (Porter, 1990a:1).

Por otra parte, Krugman argumenta que “la competitividad no es un concepto relevante, ya que los principales países no compiten entre ellos, por lo que se trata más de un asunto interno de la nación que de un aspecto externo” ((1994b:3). De la misma forma Scott y Lodge (1995) destacan que “no es suficiente contar con determinada dotación de factores, más bien es la manera en que establezcan y apliquen teorías y estrategias adecuadas” (p.3).

Al respecto Rames manifiesta que “otras teorías explican el comercio entre países con base en aprovechar la Ventaja Absoluta, expuesta por Adam Smith y la teoría de la Ventaja Comparativa, de David Ricardo” ((2013):36-51). Además, “se encuentran la teoría pura y monetaria del comercio internacional, orientada al valor aplicado en el intercambio internacional” (Torres, 1972,:17-18).

Otras teorías son muy importantes y que deben considerarse. Entre ellas está la teoría monetaria, enfocada en el movimiento monetario en el intercambio entre países. Igualmente, la teoría del equilibrio y el comercio internacional que se basa en el estudio del comportamiento del mercado y la caída de los precios de los bienes. También existe la teoría de la localización, teoría de las proporciones factoriales, teoría del origen del intercambio desigual. Pero, quizás la tendencia más importante en el comercio internacional es facilitar el libre intercambio, eliminando trabas y obstáculos.

Estas razones indican la importancia de identificar nuevos mercados porque ofrecen ventajas para lograr mayores niveles de disminución del desempleo y reducir los desequilibrios externos. Precisamente, Pacherras (2008) considera “la necesidad de adaptarse al entorno y a desarrollar ideas que faciliten la incursión en el comercio internacional, vista como una opción única y viable, pero, sólo es posible con actitud, identifica y aprovechar oportunidades” (p.5).

En el mismo sentido, se enfocaron en “estudiar los factores y características que influyen en el proceso emprendedor

y en la identificación de oportunidades” (Ruiz, Bojica, Albacete y Fuentes, 2009: 2-8).

En este proceso juega un rol protagónico el empresario con vocación exportadora porque la empresa, su disponibilidad de recursos, equipos de trabajo, importancia del sector y los cambios del entorno, deben valorarse al momento de participar en mercados internacionales. Otro aspecto favorable son los crecientes acuerdos comerciales y variadas formas de cooperación siendo esenciales para el desarrollo e incursionar positivamente en el comercio internacional.

De la misma forma se necesitan políticas gubernamentales que estimulen el comercio internacional. Al respecto se considera que “es fundamental motivar a las empresas facilitando la adaptación rápida a las fluctuaciones del comercio mundial, especialmente en lo que se refiere a, desarrollo tecnológico, mejora de la productividad y condiciones internas” (Blanchard, 2013:114). Además, políticas tendientes a atraer inversión extranjera directa y evitar prácticas monopolistas.

Características de la región del Caribe

El objetivo de este análisis es poder determinar el mercado potencial y oportunidades de negocios en la región del Caribe, no sin antes describir las características básicas que presenta la región.

Población

La región del caribe en su totalidad cuenta con una demanda aproximada de 44.5 millones, lo que se convierte en un atractivo para las expectativas de Colombia. A pesar que nuestro objetivo de intercambio comercial se enfoca en la región de Caricom, más Aruba y Curazao, no hay que desconocer que la región cuenta con estados independientes como Cuba, República Dominicana, Haití, Jamaica, Trinidad y Tobago, Antigua y Barbuda, Bahamas, Barbados, Bélize, Dominica, Granada, Guyana y Surinam, San Cristóbal y Nieves, Santa Lucía, San Vicente y las Granadinas.

Por otro lado, la región tiene territorios vinculados con Francia (Guadalupe, Guyana Francesa y Martinica); Holanda (Aruba, Curazao, San Martín, como países y Bonaire, Sabas y San Eustácio, como municipios del Reino); Reino Unido (Anguila, Isla Caimán, Monserrate, Islas Vírgenes Británicas, Turcas y Caicos; Estados

Unidos (Puerto Rico, Islas Vírgenes Americanas). (Ver tabla 1)

Tabla No. 1. Población de la región del Caribe (2014).

Región del Caribe	Población (millones)
Haití	10.317.000
Jamaica	2.809.000
Trinidad y tobago	1.342.000
Guyana	799.600
Surinam	512.000
Bahamas	376.000
Bélize	350.000
Barbados	297.000
Otros	632.000
Total CARICOM	16.718.000
Total región Caribe	44.500.000

Fuente: www.datos.bancomundial.org

Ingreso per cápita

A pesar de la poca producción nacional que presenta la región del Caribe, uno de los aspectos económicos está marcado en el ingreso per cápita que presenta algunas regiones como Bahamas (US\$ 28.700); Aruba (US\$ 24.430); Curazao (US\$ 22.602); Trinidad y Tobago (US\$ 21.200), se observa que presentan un ingreso per cápita superior al per cápita nacional (US\$ 7.832). Estos valores se consideran “una ventaja al momento de evaluar la posibilidad de adquirir bienes y servicios de nuestro país y realizar un intercambio comercial”. Según (Acevedo, 2014, pp. 333-447).

A continuación, la ubicación global de las principales regiones del Caribe en materia del ingreso per cápita. (Ver Tabla No. 2).

Tabla 2. Principales Ingresos per Cápita de la región del Caribe (2014)

Pais	Posición	Pib per cápita US\$
Bahamas	49	28.700
Aruba	53	24.430
Curazao	56	22.602
Barbados	59	21.800
Trinidad y Tobago	61	21.200
Antigua y Barbuda	68	16.400
Santa Lucía	99	11.200
Dominica	106	10.400
San Vicente	105	10.300
Granada	107	10.200
Jamaica	119	8.300

Fuente: www.datos.bancomundial.org

Inversión Extranjera Directa (IED)

Lo reducido de su infraestructura industrial y productiva de la región del Caribe, así como su vulnerabilidad, la hace atractiva para los inversionistas colombianos, como aporte al desarrollo de la región y apertura de mercados a otras regiones como la UE.

Entre los incentivos que reciben los inversionistas que se instalan en estas regiones, se encuentran las exenciones de gravamen al instalar sus maquinarias para la producción, libre de impuestos al repatriar las utilidades y derechos al alquiler de tierras por más de 50 años. Vale la pena conocer las inversiones extranjeras directas que han recibido estas regiones en los últimos tres años, donde Colombia goza de beneficios al coadyuvar al desarrollo de la región y aprovechar la oportunidad de enviar su producción originaria en esta zona y a los países de la Unión Europea completamente exenta de gravámenes. A continuación la afluencia de inversión extranjera directa realizadas en la región del Caribe a nivel de servicios y mercancías (Ver tabla No. 3).

Vale la pena destacar que los mejores lugares del Caribe seleccionados por los inversionistas para crear empresas y desarrollar proyectos son Trinidad y Tobago, Bahamas, Jamaica, Barbados y Aruba, entre otros. A pesar de que hay países del Caribe que reciben montos muy bajos de inversión extranjera, son “consideradas ventajas

Tabla 3. Inversión extranjera directa en la región del Caribe (2014)

Países del Caribe	2012	2013	2014	Lugar según IED
Antigua y Barbuda	68,3	133,8	138,3	163
Barbados	725,3	515,6	376,4	124
Bahamas	1.533,30	1.073,40	1.110,80	90
Belize	89,3	195	99	158
Dominica	17,9	23,2	14,2	179
Guyana	240,3	276,1	246,8	138
Haití	190	156	119	141
Jamaica	567	490	218	115
Montserrat	2,3	2,6	2,5	187
San Cristóbal y Nieves	113	94,1	112	153
San Vicente y Granadinas	127	115,4	86	160
Trinidad y Tobago	1713	2.453	1.831	78
Aruba	163	(-326)	488,2	146
Curazao	ND	ND	ND	203

Fuente: Trademap.org

y oportunidades para los inversionistas colombianos, instalar sus empresas y aprovechar los Tratados y acuerdos comerciales que aún se mantienen vigentes” (Acevedo, 2015, pp. 319-429).

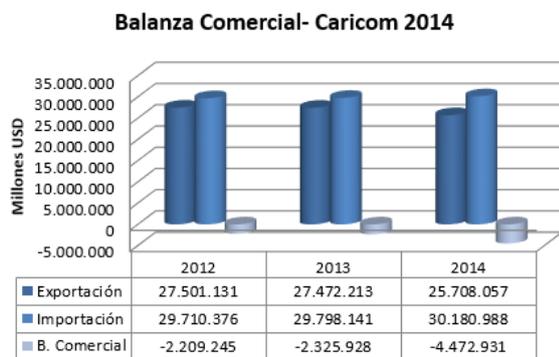
El valor agregado para los inversionistas es la estabilidad ofrecida por los países de la región del Caribe, y mantener las reglas de juego tal como sucedió con Colombia en el año 2005 cuando se implementó la Ley 963 de Estabilidad jurídica, donde el monto de las inversiones apenas sumaban US\$ 3.016 millones de dólares y al final de 2014, alcanzaba un monto por encima de US\$ 16.800 millones de dólares, lo que significa que la estabilidad, estímulos e incentivos que ofrece la región del Caribe a los inversionistas es vital para su desarrollo.

Balanza comercial

En los últimos años la balanza comercial de la región del Caribe ha sido deficitaria. Se observa que las importaciones se incrementaron un (0,3%) desde el año 2012 a 2013 al pasar de USD 29.710.376 a 29.798.141 y desde 2013 a 2014 se incrementaron (1,28%). Sin embargo, las exportaciones siempre fueron inferiores a las importaciones, lo que da como resultado una Balanza

Comercial deficitaria, sobre todo en el año 2014, donde las exportaciones de la región del Caribe al resto del mundo disminuyeron un (- 6,42 %), con una balanza comercial de (USD -4.472.931). Lo anterior representa oportunidades para Colombia para incrementar sus exportaciones, debido a que estas regiones del Caribe a través de Caricom invierten más en compras externas mediante importaciones como se puede observar en la Gráfica No. 1.

Gráfica 1. Balanza Comercial países de Caricom -2014



Fuente: Trademap.org.

Balanza comercial por países de la región del caribe

Esta balanza comercial también es deficitaria en la mayoría de los países de la región, exceptuando a Trinidad y Tobago con exportaciones de US\$ 12.770 millones de dólares e importaciones de US\$ 8.871 millones, y Surinam, con exportaciones de US\$ 2.394, e importaciones de US\$ 2.174 millones, con balanza comercial positiva, manteniendo la tendencia desde 2010 hasta la fecha.

Este resultado es favorable para nuestro país, brindándole oportunidades de negocios en las regiones que importan de otros países, lo que conlleva a ofrecer nuestros productos y servicios de acuerdo al mercado potencial que nos brinda esa región. (Ver Gráfica No. 2).

Mercado potencial y oportunidades de negocios

El panorama descrito es fuente de posibilidades para los profesionales de negocios en Colombia debido al proceso de globalización económica. Este es un escenario sin

fronteras, que impone una nueva forma de pensar y actuar para los líderes empresariales, lo cual ha permitido que los países promuevan y amplíen su comercio a través de acuerdos preferenciales, tal es el caso de Colombia y los países de la región del Caribe a través de Caricom.

El análisis de los países del Caribe muestran facilidades para promocionar el comercio, determinando el mercado potencial de cada una de ellas y los principales países proveedores, que servirían como punto de partida para diferenciar nuestros productos y servicios frente a la competencia utilizando estrategias apropiadas, como puede ser benchmarking. (Ver tabla No. 4).

De acuerdo a lo anterior, se observa que las regiones de Aruba, Bahamas, Curazao, Santa Lucía, Haití y Jamaica, entre otros, fue donde Colombia realizó las mayores exportaciones durante el año 2014.

Esto quiere decir que las regiones del Caribe con mayor mercado potencial para nuestro país son: Bahamas, Trinidad y Tobago, Jamaica, Curazao, Haití, Aruba, y Santa Lucía.

Dentro de los principales proveedores hacia la región del Caribe utilizados como punto de referencia para incrementar nuestras exportaciones, mejorar la competitividad y fortalecer el intercambio comercial se pueden destacar: USA, Reino Unido, China, Japón, Canadá, Países Bajos, Venezuela, Indonesia, México, Trinidad y Tobago, Curazao y Panamá.

Por último, uno de los objetivos primordiales que llevó a realizar esta investigación, fue identificar y determinar los mercados potenciales y oportunidades de negocios que tiene nuestro país en la región del Caribe, a través del análisis de características básicas como aranceles, puertos, zonas franca, inversiones extranjeras y acuerdos comerciales, como un valor agregado para nuestros empresarios y profesionales en Administración de Empresas y Negocios Internacionales al momento de tomar decisiones.

Conclusiones

La apremiante situación económica y comercial que ha vivido el mundo en los últimos años ha traído consigo la necesidad de identificar nuevos mercados, acudiendo a diferentes medios y alternativas, constituyéndose en un gran desafío para gobiernos, empresas, empresarios y

Gráfica 2. Balanza Comercial por países de la Región del Caribe (2013)

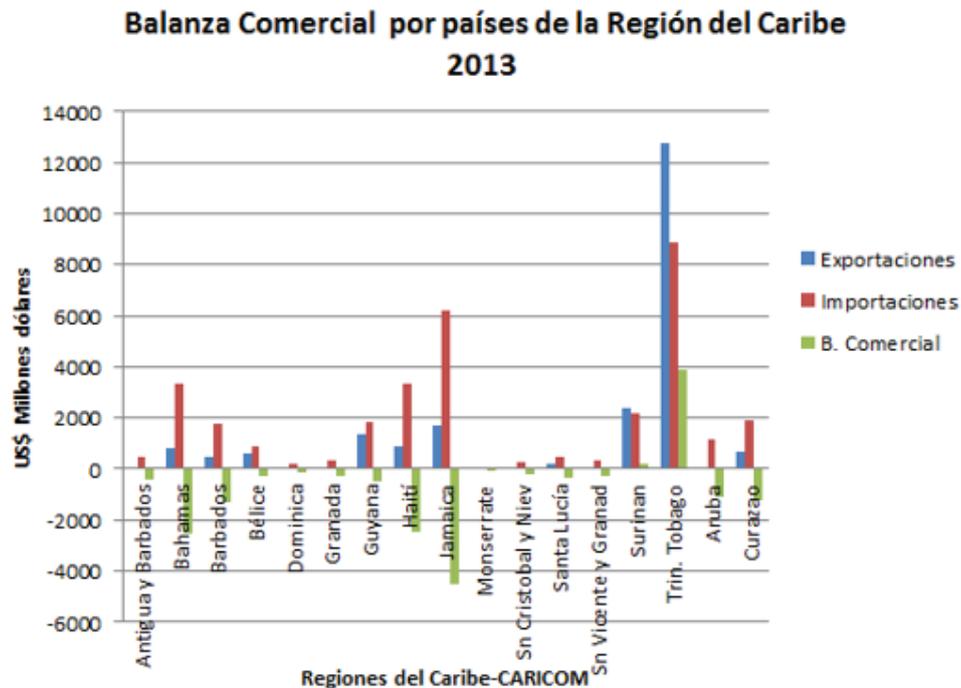


Tabla 4. Mercado potencial para Colombia 2014 (miles de US\$)

Países	Export. Región caribe	Import. Región caribe	Mercado Potencial	Principales países proveedores
Antigua y Barbuda	799	393.003	392.204	USA, China, T. Tobago, Japón.
Bahamas	808.516	10.569.279	9.760.763	USA, T. Tobago, Japón, Canadá, China
Barbados	4.184	1.722.887	1.718.703	USA, T. Tobago, China, R. Unido, Canadá
Bélice	2.517	916.826	914.309	USA, China, México, Guatemala, Panamá.
Dominica	2.154	192.353	190.199	USA, T. Tobago, A. Holandesa, R. Unido, China.
Granada	730	190.879	190.149	USA, T. Tobago, Venezuela, R. Unido, Japón.
Guyana	7.792	1.745.408	1.737.616	USA, T. Tobago, Venezuela, China, A. Holandesa.
Haití	49.295	2.686.597	2.644.302	USA, China, Perú, Indonesia, India,
Jamaica	39.693	4.058.042	4.018.349	USA, Venezuela, T. Tobago, China, México
Monserrate	16	24.648	24.632	USA, T. Tobago, R. Unido, Japón, México.
San Vicente y Granadina	3.590	401.732	398.143	USA, T. Tobago, Venezuela, R. Unido, China.
San Cristóbal y Nieves	567	387.105	386.538	USA, T. Tobago, R. Unido, China, Canadá.
Santa Lucía	225.704	2.209.530	1.983.826	USA, T. Tobago, Japón, R. Unido, Barbados.
Surinam	16.531	1.456.087	1.439.556	USA, T. Tobago, Países Bajos, China, Brasil.
Trinidad y Tobago	142.426	6.127.417	5.984.991	USA, Gabón, Colombia, Brasil, China.
Aruba	1.161.412	3.479.304	2.317.892	USA, Países Bajos, China, Corea, Colombia.
Curazao	286.244	3.780.698	3.494.454	USA, Países bajos, Panamá, Venezuela, Japón, Colombia

para todos los grupos de interés, por lo que es evidente el creciente número de acuerdos comerciales y tratados de libre comercio, orientados al incremento de la productividad y competitividad.

Entre los nuevos mercados potenciales para Colombia en el comercio de la Región del Caribe, se identifican Estados Unidos, Japón, Canadá, China, Reino Unido, México, Trinidad y Tobago, Perú, Indonesia, India, Brasil, Corea y Países Bajos.

Los países del Caribe tienen características y condiciones especiales que los convierten en mercados potenciales que no han sido aprovechados adecuadamente. Brindan grandes oportunidades especialmente por poseer ubicación estratégica como plataforma logística, fortalecer el comercio y poder ingresar a grandes mercados. Según Fisher, Ury y Patton (2013) son de los que conceptúan que “el estar ubicado en la región del Caribe, ofrece a las empresas oportunidades y facilita su intercambio comercial con otros países, a través de los tratados y acuerdos preferenciales” (p. 111).

Colombia tiene como competir en los nuevos mercados potenciales, lo que constituye un reto y oportunidades de negocios si se tiene en cuenta que registró una mejora significativa en el Factor de desempeño económico al pasar del puesto 41 al 33, según el Institut For Management Development (IMD), y de acuerdo con el índice de *Doing Business*, nuestro país pasó del puesto 66 en 2008 al lugar 43 en 2014.

Además, Colombia es el segundo país en Latinoamérica, con el mejor índice de responsabilidad Social con un (5,7 %), por encima de Israel, Italia, Francia y los países de la región del Caribe.

De la misma manera, cuenta con mano de obra calificada de alto nivel en comparación con países desarrollados y en vía de desarrollo, con el mayor porcentaje de mujeres (42,91 %) en la fuerza laboral de Latinoamérica, ocupando el 5° lugar, por encima de Italia, Indonesia y Malasia, convirtiéndola en competitiva frente a otros países de la región.

Lo anterior, exige un mayor esfuerzo que ha llevado a Colombia a convertirse en el primer país de Latinoamérica con mayor puntaje (7,14%) en el indicador de satisfacción del cliente, con un cuarto lugar por encima de Bélgica, Brasil, Indonesia y Francia.

Por otro lado, cuando se habla de competitividad y desarrollo sostenible, la innovación se ha convertido en uno de los pilares estratégicos que ha llevado a nuestro país a ocupar el puesto 60 con un (37,38 %), entre 142 países del mundo, con un 5° lugar en Latinoamérica, superado por superado por Costa Rica, Chile, Barbados, Uruguay y Argentina, lo que brinda grandes oportunidades de negocios para empresarios e inversionistas.

Estas características brindan oportunidades para comercializar con los países de la Región del Caribe con sus territorios extranjeros de grandes potencias, destacándose territorios franceses, holandeses, británicos y americanos, quienes atraen y garantizan, con base en políticas claras, estabilidad y seguridad para los inversionistas que deseen instalarse dentro o fuera de Zonas Franca. Permiten crear centros productivos, basados en condiciones especiales, como las exenciones de derechos arancelarios e impuestos a las remesas de utilidades. Se debe adicionar las facilidades que surgen de las preferencias arancelarias del Acuerdo de Caricom y las características especiales para ciertos productos de la región.

Algo que agrega valor a nuestro país es la infraestructura logística desarrollada en el punto focal de la actividad marítima por su cercanía al Canal de Panamá y en el cruce con las principales vías de comunicación con el comercio mundial, es decir, entre Norte y Sur América, entre la Costa Este de USA y Asia, lo que representa oportunidades de negocios como plataforma logística.

Colombia tiene gran conectividad marítima con más de 3300 rutas de exportación con servicio regular, directas y conexión, ofrecidas por 28 navieras y destino a 500 puertos en el mundo.

Entre los principales puertos de los países de la región del Caribe se encuentra el puerto de Big Creek en Belice, *Kingston Container Terminal* en Jamaica, considerado el 7° puerto más grande del mundo, Haití, con Puerto Príncipe como su principal puerto y Haitien, además cuenta con 17 puertos marítimos, de los cuales 8 para carga internacional, convierte a esta región en plataforma logística para realizar negocios e inversiones.

Es el momento para que Colombia mire hacia otro lado. Los países de la región del Caribe con Aruba y Curazao, deben verse como una gran opción, es un mercado potencial, es una zona estratégica, de proyección, que

requiere visión de los empresarios e inversionistas que tengan orientación internacional y global, debido a que realizan muchas importaciones, convirtiéndose en oportunidades que deben aprovecharse. Es el gran reto que obliga a ser competitivos lo que exige calidad de los productos, capacitación al empresario, fortalecer y promover sectores claves.

Referencias bibliográficas

Acevedo, C. (2015). *Economía y Comercio de América latina y El Caribe*. Bogotá; Ediciones Económicas Internacionales

Acevedo, C. (2014). *Economía y Comercio de América latina y El Caribe*. Bogotá: Ediciones Económicas Internacionales,

Allen, W (1988). La competitividad internacional de las naciones. Recuperado en <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/rrr/1.pdf>, (p.1).

Banco Mundial (2014). América Latina y el Caribe. Indicadores del desarrollo mundial. Recuperado en: <http://datos.bancomundial.org/pais/L4>.

Blanchard, K. (2013). *Como aprovechar al máximo el potencial de las personas de su empresa*. Bogotá: Norma

Cepal (2014). Oficina de la Cepal en Colombia. Panorama de la inserción internacional de América latina y el Caribe 2013-2014. Recuperado <http://www.eclac.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/prensa/noticias/comunicados/9/44369/P44369.xml&xsl=/prensa/tpl/p6f.xsl&base=/colombia/tpl/top-bottom.xsl>

Ezeala-Harrison, (1999). La competitividad internacional de las naciones. Recuperado en <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/rrr/1.pdf>, (p.1).

Fisher, R., Ury, W. , Patton, B. , (2013). *¡Sí...! de acuerdo ¡! Como negociar sin ceder*. Bogotá: Norma S.A.

Krugman, P. (1994b). La competitividad internacional de las naciones. Recuperado en <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/rrr/1.pdf>, (p.3).

Pacherres, A. (2008). APEC: de la mente al corazón para el aprovechamiento de las oportunidades. Recuperado en: www.cesar-augusto-atoche.com/.../func-download/107/.../no_html,1/. (p.5).

Porter, M. (1990a). La competitividad internacional de las naciones. Recuperado en <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/rrr/1.pdf>, (p.1).

Ramales, O. (2013). Economía internacional. *Apuntes introductorios*. Recuperado en www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1291/1291.pdf. (pp. 36-51).

Ruiz, A., Bojica, A., Albacete, C., y Fuentes, M. (2009) ¿Cómo identifican las oportunidades de negocio los emprendedores? *Una aproximación descriptiva al caso andaluz*. Recuperado el 01/02/2014 en: www.elcriterio.com/revista/ajoica/.../emprendedores_caso_andaluz. (pp. 2-8).

Scott, A. y Lodge, B. (1995). La competitividad internacional de las naciones. Recuperado en <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/rrr/1.pdf>.

Torres, G. (1972). *Teorías del Comercio Internacional*. Siglo XXI, Editores, s.a de c.v, México D.F,