

Retos y Oportunidades de Negocios de Colombia en la Región del Caribe*

Challenges and Business Opportunities of Colombia in the Caribbean Region

Humberto Sparano Rada**

RESUMEN

Este artículo de reflexión analiza cómo el proceso de globalización económica, ha facilitado la apertura de mercados, la eliminación de barreras al comercio internacional, la obtención de preferencias arancelarias; en definitiva, el incremento en el intercambio de mercancías a través de las importaciones y exportaciones. A partir del análisis se presenta las oportunidades de negocios de Colombia en la región del Caribe, las principales características con los países miembros de la Comunidad del Caribe (CARICOM) y su tendencia hacia los territorios denominados extranjeros, así como los beneficios que presenta la región del Caribe para Colombia, lo que constituye un reto si queremos llegar a una zona que es privilegiada y beneficiada por países de la Unión Europea.

Palabras claves: Acuerdo comercial, desgravación, Operador Económico Autorizado, Emprendimiento Global, Normas de Origen.

ABSTRACT

This reflection article analyze how the process of economic globalization has facilitated the opening of markets, elimination of obstacles and barriers to the international trade, obtaining tariff preferences; in short, the increase in the exchange of goods across the imports and exports. This analysis presents the business opportunities of Colombia in the Caribbean region, the main characteristics of the member's countries of the Caribbean Community (CARICOM) and its trend towards so-called foreign territories located in the region, as well as the benefits that presents the Caribbean region to Colombia, what is a challenge If we want to come to a zone that is favored and benefited by countries of the European Union.

Key words: Commercial agreement, Tax relief; Economic authorized operator, Global entrepreneurship, Procedure of origin.

INTRODUCCIÓN

El proceso de globalización económica, ha facilitado la apertura de mercados, eliminación de obstáculos y barreras al comercio internacional, obtención de preferencias arancelarias, y con ello, el incremento en el intercambio comercial de mercancías a través de las importaciones y exportaciones.

Lo anterior, siguiendo los lineamientos trazados por la Organización Mundial de Comercio (OMC), quien promueve el intercambio comercial, en busca del desarrollo de los pueblos, generación de empleos, protección y preservación del medio ambiente y un desarrollo sostenible. Para ello, los países miembros, deben diseñar estrategias internacionales que les permita ser competitivos, conquistar nuevos mercados y lograr posicionamiento a nivel global.

* Recibido: Noviembre 16 de 2011. Aceptado: Diciembre 28 de 2011.

** Profesor de tiempo completo de la Universidad Autónoma del Caribe. Máster en Administración de Proyectos (MAP), Universidad para la Cooperación Internacional (UCI) Costa Rica. Máster en Comercio Internacional (IEB) España. Especialista en Gerencia de la Calidad, Universidad del Norte. Administrador de Empresas, Universidad Autónoma del Caribe. Email: hsparano@uac.edu.co

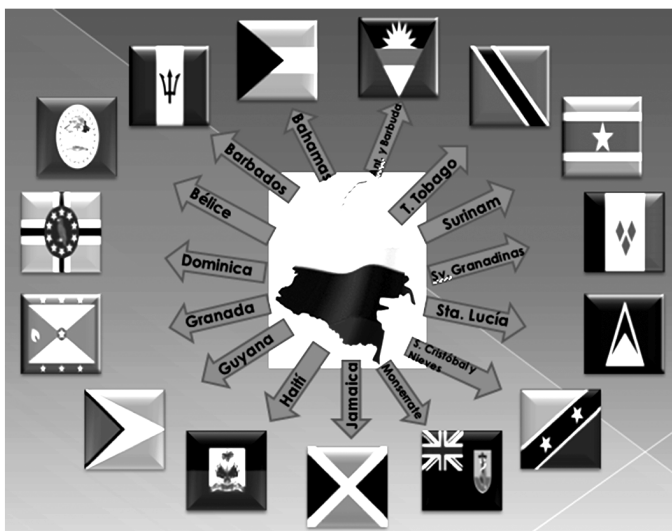
El mercado de la región del Caribe, tiene una demanda potencial que en estos momentos es utilizada por USA y países de la Unión Europea. Su ubicación geográfica, la convierte en plataforma logística hacia los cuatro puntos cardinales, con ventajas comparativas y competitivas, tanto para empresarios nuevos, potenciales y establecidos, así como el fomento a las inversiones extranjeras directas (IED).

Estas ventajas se convierten en puntos de atracción y oportunidades comerciales para Colombia, pero al mismo tiempo en un reto al competir con países de mayor experiencia y tradición en el ámbito mundial. Dicho esto, la reflexión se encuadra en la siguiente interrogante objeto de estudio y aprendizaje ¿Cuáles son los retos y oportunidades de Negocios de Colombia en la región del Caribe?

1. CONSIDERACIONES GENERALES

La región del Caribe está conformada por dos grandes grupos; el de CARICOM y los territorios extranjeros. Los países del grupo CARICOM lo conforman actualmente: Antigua y Barbuda, Bahamas, Barbados, Belice, Dominica, Granada, Guyana, Haití, Jamaica, Monserrate, San Cristóbal y Nieves, Santa Lucía, San Vicente y Granadinas, Surinam, trinidad y Tobago. (Ver figura No. 1.)

Figura No. 1. Grupo de la región del Caribe (CARICOM).



Fuente: Elaboración propia

La zona extranjera en el Caribe lo conforman los Territorios Americanos con Islas Vírgenes y Puerto Rico; Territorios Británicos con Anguila, Isla Caimán, Islas Vírgenes (Británicas), Turcas y Caicos; Territorios Holandeses con Aruba y Antillas Holandesas (Curacao, Bonaire, Saba, San Eustacio y St. Martin); Territorios Franceses con Guadalupe,

Guyana y Martinica. Además, está el Caribe no asociado con los países de Cuba y República Dominicana.

Vale la pena resaltar que a partir del 10 de Octubre de 2010, los territorios del Reino de los países Bajos del Caribe, sufren un cambio y pasan a ser tres con Aruba, Curacao y St. Martin, mientras que Bonaire, Saba y San Eustacio, se convierten en una asociación de municipios, con autonomía de gobierno y mayor responsabilidad.

Según Acevedo (2010), “la región del Caribe en su plenitud, presenta una población de 42 millones de habitantes, donde el grupo conformado por CARICOM cuenta con más de 16 millones”. Las de mayor población son Haití, Jamaica, Trinidad y Tobago, Guyana, entre otros, lo que representa una demanda favorable para Colombia en materia de intercambio comercial. (Ver cuadro No. 1.)

Cuadro No. 1. Población de la región del Caribe (CARICOM).

Región de El Caribe	Población (millones)
Haití	9.700.000
Jamaica	2.776.000
Trinidad & Tobago	1.356.000
Guyana	766.000
Surinam	512.000
Bahamas	346.000
Bélice	333.000
Barbados	297.000
Otros	632.000
Total	16.718.000

Fuente: Elaboración propia

1.1. Producto Interno Bruto per cápita (PIB)

En cuanto al PIB per cápita del región Caribe (CARICOM), se observa que este fluctúa entre US\$ 4.000 y US\$ 29.000 dólares, ocupando a nivel mundial los siguientes lugares: Bahamas (49), Barbados (60), Trinidad y Tobago (61), Antigua y Barbuda (68), Santa Lucía (99), Dominica (105), entre otros, los cuales están por encima de Colombia, quien ocupa el lugar (110), según información de la Agencia Central de Inteligencia de los Estados Unidos (CIA). Ver cuadro No. 2.

Esta región del Caribe (CARICOM), presenta a 2010 una tasa de desempleo que fluctúa entre 4,5% (San Cristóbal y Nieves) a un 23% (Dominica) y una tasa de crecimiento relativamente baja en (- 5,1%) Haití, a un (4,4%) Surinam. Sin embargo, al hacer una comparación desde 2008 hasta la fecha, se puede decir que el 73% de la región del grupo CARICOM, ha mejorado en su crecimiento económico.

Cuadro No. 2. PIB per cápita de la región Caribe (CARICOM 2010)

PAÍS	POSICIÓN	PIB Per Cápita US\$
Bahamas	49	28,700
Barbados	60	21,800
Trinidad y Tobago	61	21,200
Antigua y Barbuda	68	16,400
Santa Lucía	99	11,200
Dominica	105	10,400
San Vicente	106	10,300
Granada	107	10,200
Colombia	110	9,800
Jamaica	119	8,300

Fuente: Central Intelligence Agency-CIA (2010)

Esa mejoría que presenta la región del Caribe, en especial el grupo de CARICOM, es debido a la facilidad y fomento que brinda el gobierno en cuanto a la creación de empresas, utilización y desarrollo de las Zonas Francas, a través de las inversiones extranjeras directas (IED).

1.2. Zonas Francas (ZF) y las Inversiones extranjeras directas (IED).

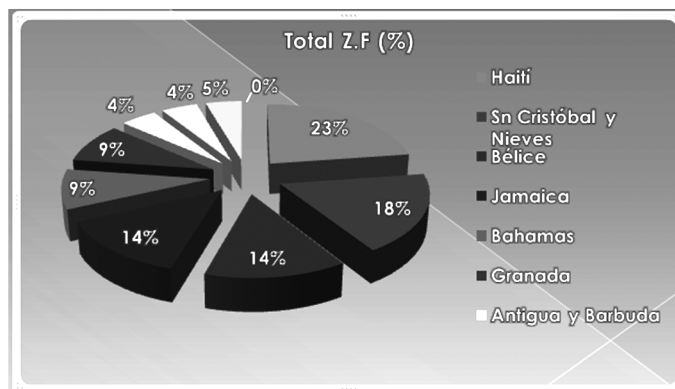
De la misma forma en que el gobierno colombiano protege a los inversionistas extranjeros a través de la “Ley de Estabilidad Jurídica” mediante el Decreto 963 de Julio 8 de 2005, la región del Caribe ofrece incentivos a los inversionistas ubicados en Zonas Francas tales como exención de impuestos a utilidades, exención de licencias de importación, exención de derechos arancelarios a importaciones de bienes de capital (BK), y productos destinados a la construcción, así como la creación de ZF individuales e independientes, (Bahamas, Bélize, Jamaica, San Cristóbal y Nieves, Santa Lucía entre otros), y creación de parques y bodegas industriales (Antigua y Barbuda, Dominica, Granada, Guyana, Haití, San Vicente y las Granadinas).

Para los inversionistas instalados fuera de las ZF, el gobierno de la región del Caribe ofrece alquiler de tierras por más de 50 años y estímulos como la libre repatriación de capitales y dividendos, acuerdos de protección a la inversión extranjera, creación del Centro de Fomento a las Inversiones (CFI) y apoyo del Banco central de Integración Económica (BCIE). La Figura No. 2. Muestra porcentualmente el total de ZF correspondiente al grupo de CARICOM en la región del Caribe.

A propósito de lo anterior, el director del Departamento Nacional de Planeación (DNP), Gómez (2011) manifestó “estamos viendo crecimiento de inversión superior al 30%

(...) en petroquímica, plásticos y otros químicos”, que son productos que demanda la región del Caribe.

Barbados, tiene Acuerdos Bilaterales con Canadá, Cuba, Alemania, Italia, Suiza, Reino Unido, Venezuela, para impulsar la IED. Según Acevedo (2007), Bélize, tiene acuerdo de protección a las inversiones con China.

Figura No. 2. Zonas Francas en la región del Caribe (CARICOM)

Fuente: CEPAL (2010)

Lo anterior representa ventaja para los inversionistas que deseen instalarse en la Zonas Francas y fuera de ellas, si tenemos en cuenta que el Caribe es un mercado muy amplio que de ser bien aprovechado por los exportadores e importadores, puede llegar a ser un lugar estratégico en términos de comercio internacional.

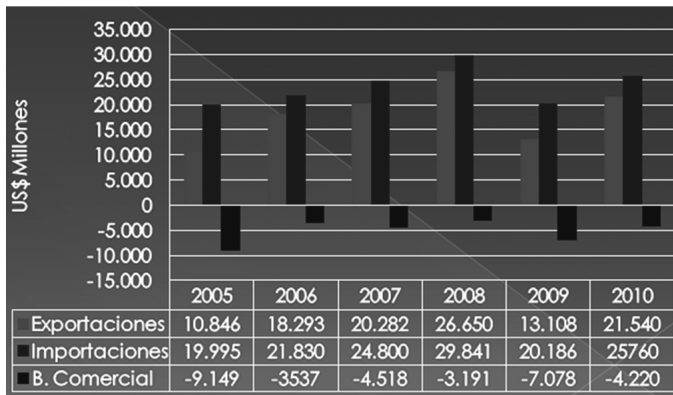
2. BALANZA COMERCIAL

La balanza comercial de la región del Caribe ha sido deficitaria en los últimos años, si tomamos en cuenta que las importaciones superan a las exportaciones. En el año 2009 la balanza comercial presenta un déficit de USD 7.078 dólares. Sin embargo se observa que para el 2010 la Balanza comercial a pesar de reflejar un déficit en USD 4.220, hubo incremento en las exportaciones en un 64,3% % y de las importaciones en un 27,6 % respecto al año inmediatamente anterior. Ver Figura No. 3.

Lo anterior, debido a falta de empresas que ayuden al incremento en la producción nacional, al desconocimiento por parte de inversionistas y empresarios del apoyo y beneficios que brinda el gobierno de la región del Caribe.

Al realizar un análisis de la Balanza Comercial del año 2010 de los países de la región del Caribe, se observa que Monserrate y Trinidad y Tobago señalan un superávit frente a las demás economías del grupo CARICOM, como se aprecia en la Figura 4.

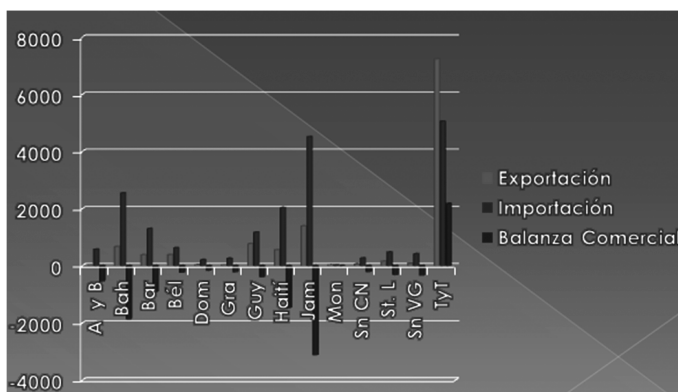
Figura No. 3. Balanza Comercial región del Caribe- USD millones (2005-2010)



Fuente: CEPAL (2010)

Vale la pena resaltar que las regiones que conforman este grupo, tienen acuerdo preferenciales con países de Norte y Sur América, la Unión Europea y países asiáticos, sin embargo, las regiones tienen un mayor poder de dependencia hacia los productos importados, lo que hace que la producción nacional no alcance los niveles esperados y mucho menos satisfacer la demanda externa.

Figura N° 4. Balanza comercial grupo (CARICOM) 2010.



Fuente: CEPAL (2010)

Lo anterior, se traduce en una oportunidad para Colombia, donde empresarios e inversionistas pueden hacer uso de la estrategia trazada por el gobierno de CARICOM denominada **“Alfombra Roja”** que consiste en abrir los brazos y dar la bienvenida a todo inversionista y empresario empeñado en iniciar operaciones en la región del Caribe.

3. OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS

La región del Caribe con su grupo de CARICOM, tiene puntos relevantes que la convierte en región de oportunidades de negocios, que Colombia bien podría utilizar

como estrategia logística para la conquista de nuevos mercados. Entre estos puntos tenemos los siguientes:

3.1. Acuerdos Preferenciales

La región del Caribe que conforma el grupo CARICOM, ha contraído una serie de acuerdos preferenciales, que le permitirían a empresarios e inversionistas ser competitivos en la medida en que sean utilizados. Los acuerdos utilizados por Trinidad y Tobago, Barbados, Haití y Jamaica son:

- Acuerdos de Alcance Parcial – AAP.
- Acuerdos de Complementación Económica – ACE.
- Comercio de la región del Caribe – CARICOM (realizado con países de la Comunidad Andina donde Colombia es miembro).
- Acuerdo de CARIFORUM con la Unión Europea.
- Iniciativa de la Cuenca del Caribe con USA.
- Comunidad Andina y la región del Caribe – CARIB-CAN.
- Convenio de Cotonou – Unión Europea.
- Asociación de Estados del Caribe – AEC
- Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), para países industrializados.
- Haití y USA, tienen un acuerdo preferencial denominado HOPE II, para impulsar la industria textil.

Los acuerdos utilizados por Antigua y Barbuda, Dominica, Granada, San Cristóbal y Nieves, Santa Lucía, San Vicente y Granadinas, son todos los anteriores más el acuerdo:

- African Caribbean Pacific Group- ACP

Los acuerdos utilizados por el resto de la región del Caribe como Bahamas, Bélize, Guyana, Monserrate y Surinam son:

- CARICOM, CARIFORUM, COTONOU, ICC, AAP, ACE.

La región del Caribe, aplica las tarifas del Arancel Externo Común (AEC) a productos originarios y provenientes de terceros países, es decir, aquellos en los cuales no se tienen acuerdos preferenciales.

Bahamas no comparte el (AEC). Según Acevedo (2008), “esta región aplica sus propias tarifas arancelarias, basadas en la Clasificación Uniforme del Comercio Internacional (CUICI), que tiende a proteger la producción nacional y liberar todos aquellos bienes no producidos localmente”. Esto es beneficioso para Colombia, ya que puede exportar a la región del Caribe productos libre de aranceles.

Estos acuerdos preferenciales, se deben utilizar al momento de negociar y según los beneficios otorgados a los países miembros de dicho acuerdo.

3.2. Logística del Transporte

Uno de los propósitos de la logística es precisamente la entrega a tiempo de las mercancías, en el lugar apropiado, momento oportuno y un costo competitivo. El modo de transporte seleccionado y las condiciones de los puertos es fundamental para el éxito en el comercio internacional. Los principales aspectos de la región del Caribe en ese sentido son:

- **Bélice**, considerado uno de los principales puertos de la región del Caribe, comunica a Norteamérica, Centroamérica, Europa y Japón (vía canal de Panamá) a través de tres puertos marítimos: el puerto de Bélice, quien realiza cabotaje desde y hacia Miami, Commerce Bight (de poca profundidad) y el Big Creek, de mayor profundidad y calado.
- **Haití**, cuenta con un total de 17 puertos, de los cuales 8 son de carga internacional, siendo sus principales Puerto Príncipe y Cap-Haitien.
- **Jamaica**, es considerado el centro de transbordo más grande e importante de la región caribeña. El puerto de Kingston Container Terminal, es el 7° puerto más grande del mundo, entre otros puertos principales están puerto Antonio y el puerto Montego Bay.

Lo anterior, es una oportunidad para Colombia, ya que puede despachar mercancías desde los puertos de Barranquilla, Santa Marta, Cartagena y Buenaventura hacia la región del Caribe, haciendo transbordo y cabotaje a otras regiones del mundo.

3.3. Sectores de apoyo al comercio

Bahamas es considerado el principal centro financiero a nivel mundial con un impacto en el PIB del 30,3 %.

Así mismo, el turismo es otro de los sectores de gran impacto en la economía de la región con un 25%, donde se tiene en cuenta los turistas que pernoctan, los pasajeros en cruceros, el cual incrementó en 2010 en un 27,6%, y

los excursionistas, así como el impacto causado a los proveedores del sector como USA, Canadá, Reino Unido, y el resto de El Caribe.

En este punto, hay oportunidad para Colombia en cuanto al fomento del sector turístico, cuyo principal punto de atracción son las ciudades de Cartagena, Santa Marta y el Eje Cafetero, incrementando las exportaciones de servicios.

Igualmente se presenta oportunidad para nuestro país en el sector de prendas de vestir, específicamente uniformes para hoteles, colegios, bancos, cuya tendencia es la utilización de telas ligeras adecuadas para la temperatura tropical. Su canal de distribución es directo, desde los fabricantes a las empresas.

El sector de la construcción impacta en el PIB con 21%, mediante la importación de equipos, partes y piezas para la construcción de Hoteles, casinos, y viviendas, con gran beneficio para los inversionistas.

3.4. Territorios extranjeros en la región del Caribe

Los productos originarios de los territorios americanos, británicos, franceses y holandeses ubicados en la región del Caribe, gozan de preferencias, ya que pueden ingresar libre de aranceles a USA, y la Unión Europea y viceversa a través de los tratados y acuerdos establecidos, siempre protegiendo la producción nacional.

Esta opción es una oportunidad de negocios para Colombia quien inicia TLC con USA, está a las puertas de un Tratado de Libre Comercio con la UE y otras economías emergentes, donde se favorece el intercambio comercial con el grupo CARICOM y los territorios extranjeros en la región del Caribe.

3.5. Visión Futurista de la región del Caribe

Actualmente el origen de las importaciones realizadas por la Región, muestra que en el 2010, el 89,66%, proviene de países de América, un 4,22% de Europa y un 4,22%, de Asia, mientras que las exportaciones se envían con destino a países de América en un 68,13%, Europa 27,77 % y Asia 4,1%.

Aparte de lo anterior, la CEPAL manifiesta que al final de 2011 las exportaciones en América Latina y el Caribe, crecería un 27% frente a un 23% en las importaciones, con superávit en la balanza comercial.

Por otro lado, la región de CARICOM, tendría para ese mismo año en sus exportaciones un incremento del 28% frente a un 18% en las importaciones, también con superávit en la balanza comercial. Ver Cuadro N° 3.

Cuadro No. 3. América latina y el Caribe: Evolución del Comercio Exterior (2009-2011)

Región / Países	Exportaciones			Importaciones		
	2009	2010	2011	2009	2010	2011
América Latina y el Caribe	-22,6	26,7	27,0	-25,0	29,5	23,0
América Latina (19)	-21,9	27,0	27,0	-24,9	30,4	23,0
MERCOSUR	-21,9	29,8	30,0	-27,3	42,2	27,0
Países Andinos	-27,7	20,7	32,0	-20,9	19,9	29,0
Mercado Común Centroamericano	-11,6	15,2	29,0	-24,3	19,0	24,0
CARICOM	-43,4	10,8	28,0	-25,5	3,5	18,0
Otros países	-19,9	28,9	21,0	-25,0	28,8	19,0
Chile	-18,5	31,5	20,0	-30,9	38,3	24,0
México	-21,2	30,0	21,0	-24,1	28,5	17,0
Panamá	7,8	1,8	20,0	-10,9	20,3	28,0
República Dominicana	-18,7	20,3	25,0	-23,1	24,4	22,0

Fuente: Comisión Económica para América latina y el Caribe-CEPAL (2011).

Vale la pena resaltar la tendencia que presenta la región de América Latina y el Caribe en el sector exportador. Según Bárcenas (2011), Secretaria Ejecutiva de la CEPAL, manifiesta “en las próximas décadas, la calidad de la inserción económica internacional de América Latina y el Caribe estará fuertemente determinada por su vinculación con las demás economías emergentes”.

Lo anterior cobra fuerza si tomamos en cuenta que el volumen de las exportaciones de los países en desarrollo tuvo un crecimiento del 17% en 2010, comparado con 13% de las naciones industrializadas, mientras que el promedio mundial fue de 15%.

Ese impacto de las exportaciones en la región del Caribe sería favorable para Colombia en cuanto a la oferta de sus productos, inversión extranjera directa y creación de empresas con el grupo CARICOM, aunado a las relaciones comerciales que tiene el grupo con la UE y los países emergentes como China y el resto de Asia.

La oferta de productos colombianos con estándares internacionales y valor agregado hacia la región del Caribe, es competitiva, y se fortalece con la aplicación de los acuerdos preferenciales en el marco del grupo CARICOM, Ver Cuadro No. 4.

Basado en lo anterior, nuestra mirada debe estar enfocada hacia el mercado de la región del Caribe, donde representa un aporte significativo para la economía, en la cual Colombia podría llegar a convertirse en un actor impulsivo del proceso tendencial.

Cuadro No. 4. Productos colombianos para la región del Caribe-2011

No.	Productos colombianos para la región del Caribe
1	Petróleo crudo y Aceites de Minerales Bituminosos.
2	Maquinarias y equipos para la Calefacción y Refrigeración.
3	Medicamentos (Incluyendo los Veterinarios).
4	Joyas preciosas, Orfebrería y Artículos de Plata.
5	Recipientes de Plástico de Embalaje, Tapas y Tapones.
6	Artículos de Celulosa, Papel y Cartón.
7	Calzado.
8	Maderas no Coníferas, Acerradas, Cepilladas.
9	Alambres de Hierro o de Acero.
10	Vino de Uvas frescas.
11	Carne de Bovino (Fresco, Refrigerados o Congelados).
12	Azúcar Refinada.
13	Materiales de Construcción.

Fuente: Elaboración propia

4. AFRONTAR EL RETO

Cuando un país desea ingresar al escenario de los Tratados de Libre Comercio (TLC), identifica oportunidades de negocios en el exterior, desea lograr expansión internacional, y diversificar sus productos, requiere estar preparado, lo que se convierte en un reto para ser competitivo en mercados externos. Dentro de los aspectos a destacar para asumir el reto se puede mencionar:

- Adecuación de los puertos marítimos de Barranquilla, Santa Marta, Cartagena y Buenaventura, con el fin de recibir y despachar buques que requieran mayor calado de profundidad y por ende, transportar mayor volumen de carga.
- En ese orden de idea, el gobierno colombiano a través de **INVÍAS**, realizó un contrato con la firma Belga **JAN DE NUL**, con el objeto de adelantar trabajo de dragado a lo largo y ancho del río Magdalena, por medio de la draga “Fillippo Brunelleschi”, a razón de 30.000 metros cúbicos de sedimentación diaria y ampliar la profundidad del canal navegable del puerto de Barranquilla a 40 pies.
- Mejorar la oferta de servicios logísticos en cuanto a la preparación y consolidación de la carga, teniendo en cuenta factores como el origen y destino, frecuencias, tiempo de tránsito y conectividad. Toda vez que no existen servicios logísticos directos para todos los países de la región del Caribe.
- Mejorar la oferta de Servicios Turísticos en la Salud. Según Proexport (2010), los caribeños buscan destino en el extranjero con liderazgo en avances tec-

nológicos para procedimientos médicos como cardiología, oftalmología, oncología, fertilidad y chequeos ejecutivos. Actualmente se han firmado acuerdos entre Colombia con Barbados, Trinidad y Tobago y República Dominicana.

- Según Gomez, L (2011), se debe seguir apoyando la actividad empresarial en el país. De acuerdo a los indicadores de emprendimiento del 2010, realizada por la Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Colombia, señala a la ciudad de Barranquilla con nueva actividad empresarial del 24,62% superando al de Colombia situado con 20,62% y por encima de países como Japón, Italia, Bélgica, Alemania, España, Portugal, Reino Unido y USA, entre otros.
- Establecer programas de capacitación a empresarios en gestión de proyectos, que permitan mejorar su desempeño en el desarrollo de sus operaciones en mercados externos, generando valor e impacto positivo en la línea final de los negocios.
- Implementar la figura del Operador Económico Autorizado (OEA), impulsado por la Organización Mundial Aduanera (OEA), mediante la normatividad SAFE. A propósito López (2011), manifiesta “es una iniciativa que traerá beneficios tanto a personas naturales como jurídicas que formen parte de la cadena de suministro internacional”. Esto con el fin de garantizar la seguridad en la circulación de las mercancías y la lucha contra el fraude, llevar a cabo las operaciones de comercio exterior sin contratiempo, e incorporar la innovación tecnológica en los mecanismos de control y análisis de riesgo en las operaciones. Esto se convierte para el país en un factor de competitividad en el comercio internacional.
- Mejoramiento de la infraestructura vial, para reactivar el transporte a través de los corredores internos desde los puertos hacia el interior del país y viceversa, lo que se traduce en reducción de costos y mayor competitividad desde y hacia la región del Caribe.
- Aplicación de las Normas o criterios de Origen, a través de los Certificados de Origen expedidos por los fabricantes de los países de origen, con el objeto de obtener preferencias arancelarias al momento de legalizar las mercancías importadas.

5. ANÁLISIS REFLEXIVO

En este mundo globalizado donde estamos inmersos, donde opera la internacionalización de la economía y apertura de mercados, no se puede retroceder, porque se pierde competitividad frente a otros países. Hay zonas

relativamente pequeñas, pero grandes como estrategias internacionales, y una de ellas es la región del Caribe.

Esta región, conformada por los países de CARICOM y los territorios extranjeros, se viene abriendo paso en el comercio internacional. Las ventajas comparativas y competitivas que entrega su ubicación geográfica, representa un “plus” para aquellos que deseen utilizarla como plataforma logística para sus operaciones internacionales.

Al respecto Alexis (2011), considerado padre del neoconstitucionalismo manifiesta “el día que vayan a tomar una decisión, no involucren criterios ideológicos o religiosos, para lograr un mayor equilibrio razonable”.

Basado en lo anterior, son muchos los países que, como Colombia, han identificado oportunidades de negocios con el grupo de CARICOM y quisieran integrarse como países miembros, a través de sus preferencias arancelarias.

El hecho de presentar la región del Caribe acuerdos preferenciales con países de la UE, USA y economías emergentes como China y demás países de Asia, la convierte en una zona atractiva para los inversionistas extranjeros y empresarios que deseen instalarse en la región.

Lo anterior jalonaría el desarrollo de la región, y sus exportaciones coadyuvaría a una tendencia positivista de América Latina y el Caribe, donde Colombia sería partícipe de ello.

CONCLUSIONES

La llegada de inversionistas y empresarios a la región del Caribe, debido a los beneficios y estímulos ofrecidos por el gobierno, generaría un impacto positivo en su balanza comercial y en el desarrollo de la región.

Los países de la región del Caribe pertenecientes al grupo CARICOM, aplica a los países miembros como Colombia, los acuerdos preferenciales adquiridos en el marco del comercio del Caribe en 1995.

Los países de la región del Caribe pertenecientes a los territorios extranjeros, permite el libre ingreso de sus productos a los países de la UE y viceversa, protegiendo la producción nacional.

El estar ubicado en la región del Caribe, facilita a las empresas su intercambio comercial con otros países, a través de los tratados y acuerdos preferenciales. Esto representa oportunidades de negocios para Colombia, no sólo con la región del Caribe, sino, con países de la UE y Asia, en pos de un tratado de libre comercio.

Colombia debe mejorar en infraestructura vial, logística y de puertos, si quiere ganar competitividad internacional tanto en el Caribe como en el resto del mundo.

Se recomienda utilizar los tratados y acuerdo preferenciales en la región del Caribe, de acuerdo a las necesidades de los países, siempre que se proteja la producción nacional.

Por último, fomentar la actividad empresarial a través del proceso emprendedor, y la elaboración de planes exportadores con miras a los mercados externos como base del comercio internacional.

REFERENCIAS

- Acevedo, C. (2010). Economía y Comercio de América latina y El Caribe. 2010-2011. Ediciones Económicas Internacionales S. en C. Octava edición. Bogotá, Colombia. p. p 221-364.
- Acevedo, C. (2009). Economía y Comercio de América latina y El Caribe. 2009-2010. Ediciones Económicas Internacionales S. en C. Séptima edición. Bogotá, Colombia. p. p 217-325.
- Acevedo, C. (2008). Economía y Comercio de América latina y El Caribe. 2008-2009. Ediciones Económicas Internacionales S. en C. Sexta edición. Bogotá, Colombia. p. p 225-328.
- Acevedo, C. (2007). Economía y Comercio de América latina y El Caribe. 2007-2008. Ediciones Económicas Internacionales S. en C. Quinta edición. Bogotá, Colombia. p. p 203-297.
- Acevedo, C. (2006). Economía y Comercio de América latina y El Caribe. 2006-2007. Ediciones Económicas Internacionales S. en C. Cuarta edición. Bogotá, Colombia. p. p 11-106.
- Alexis, R. (2011). Padres del Neoconstitucionalismo. Conferencia ante los magistrados de la Corte constitucional de Colombia. Bogotá 2011.
- Bárceñas, A. (2011). Secretaria Ejecutiva de la CEPAL. Panorama de la inserción internacional de América latina y el Caribe 2010-2011. *La región en la década de las economías emergentes*. Extraído el 29 de Noviembre de 2011 de la página Web: <http://www.eclac.org/comercio/paninsal/>
- CEPAL (2011). Comercio Internacional e Integración. Extraído el 28 de Noviembre de 2011 de la página Web: <http://www.eclac.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/publicaciones/xml/9/44349/P44349.xml&xsl=/comercio/tpl/p9f.xsl&base=/comercio/tpl/top-bottom.xsl>
- CEPAL (2011). Intercambio Sur-Sur, es el principal motor del comercio mundial. Extraído el 27 de Noviembre de 2011 de la página Web: http://www.eclac.cl/prensa/noticias/comunicados/9/44369/Hojainformativa_Paninsal2011_Sur-Sur_V2_rev_DCII-Final.pdf
- CEPAL (2011). Oficina de la CEPAL en Colombia. Panorama de la inserción internacional de América latina y el Caribe 2010-2011. Extraído el 27 de Noviembre de 2011 de la página Web: <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>
- CIA (2011). Central Intelligence Agency. *The World Factbook*. Extraído el 28 de Noviembre de 2011 de la página Web: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/bb.html>
- Gómez, H. (2011). DNP. Implementación del Plan de desarrollo va bien. Extraído el 1 de Diciembre d 2011 de la página Web: <http://www.dnp.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=QR-SIsV8Dzo%3d&tabid=1157>
- Gómez, L. (2010). Global Entrepreneurship Monitor Colombia (GEM). Caribe 2010, Legis S.A. Bogotá. p.47
- López, V. (2011). Asesora de la Dirección de la DIAN y coordinadora del proyecto Operadores Económicos Autorizados (OEA).
- Proexport Caribe (2010). Servicios. Oportunidad: Turismo en Salud. Extraído el 10 de Diciembre de 2011 de la página Web: <http://www.proexport.com.co/sites/default/files/caribe.pdf>
- Proexport Caribe (2010). Prendas de vestir. Uniformes. Extraído el 11 de Diciembre de 2011 de la página Web: <http://www.proexport.com.co/sites/default/files/caribe.pdf>
- Proexport Caribe (2010). Oportunidades en tiempos de diversificación e innovación. *Productos Turísticos*. Extra el 11 de Diciembre de 2011 de la página Web: http://www.proexport.com.co/sites/default/files/tur_centroamerica.pdf