

ECONOMÍA INNOVACIÓN ORGANIZACIONES RESPONSABILIDAD SOCIAL  
INNOVACIÓN NEGOCIOS FINANZAS TIC GESTIÓN HUMANA MERCADOS  
ORGANIZACIONES MERCADOS RESPONSABILIDAD SOCIAL



# Revista



## Gestión - Organizaciones - Negocios

ISSN 2346 - 3910

Volumen 01 Número 01

Noviembre 2013

Revista Electrónica de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de los Llanos  
VILLAVICENCIO - COLOMBIA



 /revistaGEON

 @RevistaGeon

<http://revistageon.unillanos.edu.co>



**UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS**

La Universidad de cara a la sociedad  
por la acreditación institucional

## COMPETITIVIDAD

### Competitividad del Departamento del Meta frente al Tlc con Europa – Por Fernando Salgado Fredy Meza, Juan Carlos Leal

FREDY RENE MEZA  
 WILSON FERNANDO SALGADO CIFUENTES  
[fersalga@gmail.com](mailto:fersalga@gmail.com)  
 JUAN CARLOS LEAL CESPEDES  
[juancarloslealcespedes@gmail.com](mailto:juancarloslealcespedes@gmail.com)  
 Ponencia en Curso de Maestría en Administración de Empresas  
 UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA  
 2013

#### RESUMEN

La competitividad de los países para poder acceder con mayor facilidad a los mercados globales, requieren como establece Michael Porter, la transformación de las ventajas comparativas en ventajas competitivas, las cuales se agrupan en aspectos como el desarrollo de tecnología, la generación de conocimiento, y el manejo de la información. Sumado a lo anterior, el esfuerzo que debe realizar el Estado como actor de inversión y que puede crear un entorno sustentable para el desarrollo con el apoyo del mismo sector privado y la academia, como lo define la teoría de la competitividad sistémica.

La Unión Europea presenta un escenario atractivo para los productos del Departamento, pero debe tener en cuenta aspectos culturales de consumo, idiomáticos, de normas de entrada y distribución logística que permita ser competitivo en este mercado. También es importante tener en cuenta la economía europea atraviesa por una situación difícil catalogada de recesión, lo que establece un escenario de mayor riesgo para el comercio.

El departamento del Meta, es un territorio con bastante riqueza, expresada en productos agropecuarios, mineros, fauna e hídricos, pero presenta indicadores bajos de competitividad y que a nivel nacional se encuentra en la posición 13 entre 29. Las debilidades principales están en infraestructura, ciencia y tecnología, talento humano y la fortaleza económica.

Posee ventajas comparativas como un territorio plano, y la diversidad de productos agrícolas y

pecuarios que produce, el acceso al río Meta, y la cercanía a la ciudad de Bogotá, y transformar este escenario en ventajas competitivas como el desarrollo del proyecto de navegabilidad del río Meta, el aeropuerto internacional, una zona franca, y el desarrollo tecnológico e innovación productiva a sectores agropecuarios. La estrategia exige una vinculación más activa del Estado, del sector privado y de la Academia.

Palabras Claves : Competitividad, Departamento del Meta, TLC, ventajas comparativas

#### ABSTRACT

Market globalization is inevitable, therefore Meta department must be prepared, and the European market is attractive but is going through difficult times economically. The Meta has significant comparative advantages of location and territory, with ample opportunities to generate competitive advantages of industrial investment and diversification of agricultural products. What you may do with linking the Government, private enterprise and academia.

Keywords: Competitiveness, Department of Meta, TLC, comparative advantages

#### HIPÓTESIS

El departamento del Meta se hace más competitivo mediante el aprovechamiento de sus ventajas comparativas con el impulso del sector gubernamental y la alianza con la academia y el sector privado.

#### MARCO TEÓRICO

La ventaja comparativa se entiende como aquella que naturalmente hace a un estado o un territorio diferente y mejor a los demás (Competitividad, 2012); es en esta ventaja en la que se analiza las condiciones y garantías de los factores que como la infraestructura, las condiciones climáticas, vías de acceso, disponibilidad de recursos, medios de transporte, telecomunicaciones entre otras, hacen posible que se establezcan diferencias marcadas entre uno y otro territorio. Las ventajas comparativas aprovechadas de manera efectiva pueden hacer que el

departamento como el Meta logre diferencias sustanciales que beneficien el desarrollo económico.

No obstante, la ventaja competitiva depende en gran medida del aprovechamiento de esas diferencias naturales. Se entiende por ventaja competitiva las diferencias que existen entre una y otra empresa o Estado que sustentadas en sus habilidades y capacidades se logran identificar como líderes o referentes dentro de un mercado. La efectividad de la ventaja competitiva depende de las condiciones del país y del desempeño en el mercado. Son tres los elementos claves o determinantes de la ventaja competitiva de un territorio o Estado; la tecnología, el conocimiento y la información son los pilares de la ventaja competitiva.

“El concepto de competitividad sistémica parte de un fenómeno observado en muchos países en desarrollo, que se refiere a la inexistencia o insuficiencia de un entorno empresarial eficaz para alcanzar la competitividad estructural. Cada vez se acepta más que la creación de un entorno sustentador con el esfuerzo colectivo de las empresas, las asociaciones, el Estado y otros actores sociales, puede conducir a un desarrollo más acelerado de las ventajas competitivas” (Biblioteca Virtual Luis Angel Arango, 2013).

Lo anterior indica, que para lograr el aprovechamiento de las ventajas comparativas es necesario que se aplique el concepto de la competitividad sistémica mediante el concurso de los actores que pueden hacer posible que un estado o territorio logre óptimos niveles de competitividad.

De acuerdo con el Foro Económico Mundial (FEM), la competitividad de las naciones depende de doce factores:

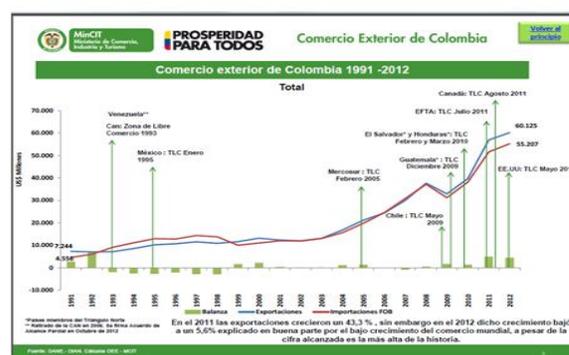
1. Calidad de las instituciones,
2. Infraestructura,
3. Entorno macroeconómico,
4. Salud y educación primaria,
5. Educación superior y entrenamiento,
6. Eficiencia del mercado de bienes,
7. Eficiencia del mercado laboral,
8. Desarrollo del mercado financiero,
9. Aprestamiento , tecnológico,
10. Tamaño del mercado,
11. Sofisticación de los negocios,
12. Innovación

La inserción en el mercado global es un determinante del nivel de competitividad de un País; es por eso que los negocios internacionales juegan un papel preponderante dentro del desarrollo económico y determina el nivel de competitividad. Se entiende por

negocios internacionales como “todas las transacciones comerciales incluidas ventas, inversiones y transporte que se llevan a cabo entre dos o más países” (Daniels, Radebaug, & Sullivan, 2010)

Las relaciones comerciales entre países han hecho de la globalización una realidad de la economía internacional, a la que los países tanto desarrollados como en vía de desarrollo no pueden negarse de participar, pues su negativa ante esta realidad los desplaza sacándolos de la esfera mundial de los negocios. De ahí que surge la necesidad de conformar tratados de libre comercio, bloques económicos y alianzas estratégicas con países que potencialmente representen oportunidades de negocios. La dinámica económica del mundo a través de la globalización, ha generado expectativas de alianzas entre países. La conformación de grupos o bloques económicos entre países del mismo continente y la posibilidad de tener aliados estratégicos cada vez se hace más imperiosa para las Naciones.

Gráfica 1. Comercio exterior de Colombia 1991-2012



En la gráfica se muestra la necesidad del país en la apertura de nuevos tratados comerciales a fin de dar apertura a nuevas oportunidad de mercado en el mundo. Si en el pasado las alianzas se hacían con fundamento en la guerra para poder vencer al enemigo, hoy y desde hace décadas las alianzas se hacen con el fin de consolidar relaciones y generar progreso económico, social y político.

La conformación de los bloques económicos desde su origen, tienen un fundamento netamente económico y político, cuyos objetivos apuntan a la regulación de las relaciones internacionales a través de las cancillerías, libre circulación de personas y de mercancías entre los países miembros, eliminación

de barreras arancelarias y la consolidación de una moneda única como es el caso de la Unión Europea.

“Cada vez, los gobiernos entienden que la cooperación internacional puede favorecerse sus propios intereses, gracias a tratados, acuerdos y consultas. La disposición para implementar estas políticas se debe en gran parte a las tres necesidades siguientes: 1) adquirir ventajas recíprocas, 2) atacar problemas en forma conjunta, que un país, por sí solo no podría resolver y 3) atender áreas de preocupación que se localizan fuera del territorio de cualquier nación”. (Daniels, Radebaug, & Sullivan, 2010)

Se define el bloque económico como “El agrupamiento de varios países de una región que tiene como objetivo promover modelos de vinculación económica y entendimiento, orientados a impulsar el desarrollo, la integración económica y la liberación comercial. Asimismo, busca encontrar fórmulas ágiles de discusión y acuerdo ante otros mecanismos multilaterales o bloques de otras regiones” (Definicion.Org, 2013); entre los que se destacan la Unión Europea, el CAN, CARICOM, MERCOSUR, ASEAN, entre otros

La Unión Europea es una asociación de países de índole política y económica, que busca armonizar las relaciones entre ellos, unificar la moneda, generar la libre movilidad de personas entre los países miembros y facilitar la libre circulación de mercancías, bienes y servicios. La Unión Europea, es una comunidad que presenta una cifra de desempleo cercana al 11%, el 85,3% de su PIB es para cubrir la deuda gubernamental, presenta una población de casi 504 millones de habitantes. (Ministerio de Comercio, Industria y turismo, 2013). Los países que hacen parte de la Unión Europea son: Francia, Italia, España, Portugal, Reino Unido, Alemania, Grecia, Malta, Chipre, entre otros, como se muestra en la gráfica siguiente.

Grafica 2. Países de la Unión Europea



Para Colombia, la Unión Europea es un mercado objetivo con el que se realizan transacciones comerciales en renglones de la economía nacional como el carbón, banano, confecciones, petróleo, medicamentos, autopartes y accesorios, café, ferróniquel. Las exportaciones de Colombia hacia los países de la Unión Europea llegan a 9 mil millones de dólares. Las importaciones de productos provenientes de la Unión Europea se centran fundamentalmente en maquinaria y equipo, química básica, automotriz, metalurgia, industria liviana ascendiendo a más de 7 mil millones de dólares (Ministerio de Comercio, Industria y turismo, 2013), lo que indica una balanza comercial favorable para nuestro país.

Antes de iniciar con la visión general del departamento del Meta, es importante tener en cuenta la información generada por el Consejo Privado de Competitividad, integrado por empresas y organismos privados, en donde recopilan información del Banco Mundial, del Word Economics Forum, entre otros.

Teniendo en cuenta solo dos aspectos del informe, (Competitividad, 2012), sobre Ciencia, tecnología e innovación, así como de Infraestructura, transporte y logística, Colombia presenta los siguientes indicadores:

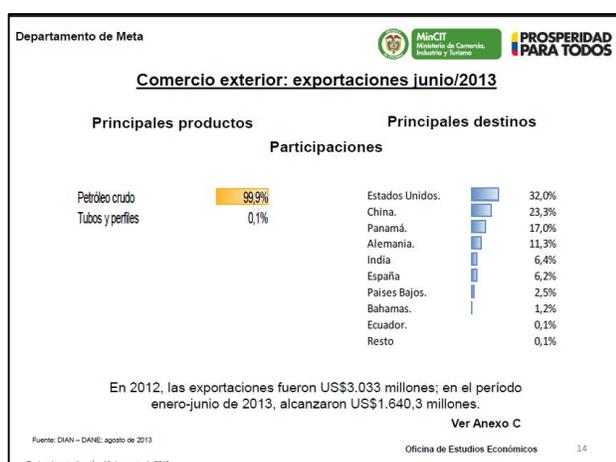
En Ciencia, tecnología e innovación (Competitividad, 2012), Colombia ocupa el puesto 70 entre 144 países, en donde la inversión en I&D no ha superado el 0,2% del PIB del país, y cuya inversión ha sido mayo del sector publico que del privado. El panorama actual es que existe interés del gobierno por mejorar este aspecto.

En Infraestructura, transporte y logística (Competitividad, 2012), Colombia ocupa el puesto 104 entre 144 países. El índice de desempeño logístico a 2012 es de 2,9 (5: mejor desempeño, y 1: menor desempeño) otorgando el puesto 64 a nivel mundial

Respecto a la oferta y calidad de la infraestructura (Competitividad, 2012) del país en general es deficiente, teniendo en cuenta las siguientes calificaciones (7: extensiva y eficiente, 1: extremadamente deficiente): Vial: 2,7 - Portuario: 1,6 - Férreo: 3,2 - Aeroportuario: 3,8

Dentro de la esfera global, el Departamento del Meta presenta unas cifras muy desalentadoras respecto a su balanza comercial; el nivel de exportaciones de las empresas del Departamento del Meta llega a junio de 2013 a US\$ 1.640,3 millones de dólares, que comparados con el año 2012 posiblemente lo supere levemente, ya que para ese año la cifra llegó a US\$3.033 millones dólares; esta cifra está representada en la exportación de petróleo crudo con un porcentaje de participación del 99,9%, de los cuales a la Unión Europea llega el 20% del total exportado. (Ministerio de Comercio, Industria y turismo, 2013).

Gráfica 3. Comercio exterior: exportaciones de Colombia a junio de 2013

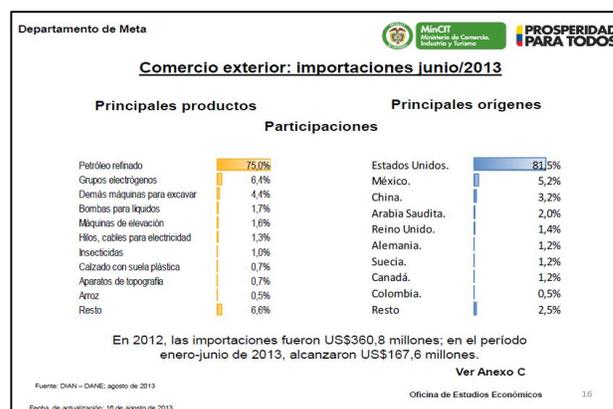


No obstante, cuando se habla de las importaciones del Departamento del Meta, las cifras muestran otra realidad, que si bien es cierta, la balanza está a favor del Departamento al analizar detalladamente las importaciones se observa que del total de las importaciones, el 75% de ellas son de petróleo refinado, el restante está representado en grupos electrógenos, máquinas para excavar, bombas para líquidos y máquinas de elevación, cables para electricidad, insecticidas, calzado, aparatos de topografía y arroz, tal como lo muestra la siguiente gráfica las importaciones provenientes de países de la Unión Europea llega al 3,8%.

Analizando los indicadores de competitividad del Departamento del Meta se puede concluir que no son favorables respecto a las demás regiones Colombianas. En el escalafón de competitividad de la CEPAL para el 2009, el Meta ocupa el puesto 13 de 29 Departamentos en Colombia. Según *Doing Business sub nacional*, Villavicencio, capital del

Meta ocupa el puesto 19 de 21 ciudades con facilidad para hacer negocios (Banco Mundial, 2010), mientras que el indicador global de competitividad ubica a la capital del Meta en el puesto 11 de 22 ciudades. Ver cuadro 1 .

Gráfica 4. Comercio exterior: importaciones de Colombia a junio 2013



Cuadro 1. Indicadores de Competitividad del Departamento del Meta

Indicador	Posición / Calificación criterios
Escalafón de competitividad de 29 departamentos 5 indicadores (CEPAL, 2009)	Puesto 13/29 · Fortaleza de la Economía (4.Medio Bajo) · Infraestructura (4.Medio Bajo) · Capital Humano (3.Medio Alto) · Ciencia y Tecnología (6.Colero) · Finanzas y Gestión Públicas (3.Medio Alto)
Doing Business subnacional Mide la facilidad para hacer negocios 21 ciudades 5 indicadores (Banco Mundial, 2010)	Puesto 19/21 · Apertura de una empresa (15) · Obtención de permisos de construcción (21) · Registro de propiedades (16) · Pago de impuestos (11) · Cumplimiento de contratos (10)
Indicador Global de Competitividad 22 ciudades 8 factores (Observatorio del Caribe Colombiano,	Puesto 11/22 · Capital Humano (6) · Ciencia y tecnología (19) · Infraestructura (13) · Finanzas (10)

2012).	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Medio ambiente (6)</li> <li>· Fortaleza económica (11)</li> <li>· Internacionalización de la economía (14)</li> <li>· Finanzas Públicas (11)</li> </ul>
--------	--

Fuente: ministerio de comercio, industria y turismo

## PROPUESTA

El Departamento del Meta desde las ventajas comparativas posee una serie de características que lo hacen especialmente diferente ante otras regiones del país. Aspectos como la cercanía a la Capital del país, la posibilidad de tener la doble calzada hacia Bogotá, la posibilidad de tener un aeropuerto alternativo de carga, tierras aptas para el cultivo de productos como la yuca, el plátano, arroz, maíz y cítricos, zona ganadera y porcícola, ríos como el Meta cuya navegabilidad ha sido una fortaleza potencial, es el Departamento más importante de la orinoquia Colombiana, riqueza hídrica y petrolera, en el sector turístico es uno de los destinos importantes del país, Villavicencio en los últimos años se ha convertido en ciudad con una oferta de instituciones de educación superior de diversas características lo que ha generado un mayor nivel de formación técnica y profesional en la población; las anteriores por mencionar algunas de las ventajas comparativas que posee el Departamento del Meta.

Villavicencio, capital del Meta dista de la capital de país a 115 kilómetros, distancia que en condiciones normales se recorre en 90 minutos aproximadamente y que por situaciones de infraestructura no es posible hacerlo. El aeropuerto alternativo de carga de Villavicencio cuyo proyecto data desde hace casi una década hoy no es tenido en cuenta dentro de las prioridades del Estado, situación esta que generaría un gran desarrollo económico a la región, pues generaría oportunidades laborales, establecimiento de industria, transporte de carga y pasajeros y mejor desarrollo turístico de la región.

En el campo agrícola, el Meta produce el 11% de la producción nacional, se destaca el primer puesto a nivel nacional en producción de soya, primer puesto en el cultivo de arroz seco y palma de aceite, cuarto puesto en el cultivo del plátano, primer puesto en producción de patilla en país, así mismo se ocupa el primer puesto en producción de guayaba y el segundo en cítricos. En la ganadería bovina el

Departamento del Meta ocupa el tercer puesto y el cuarto en especie equina (Ministerio de Comercio, Industria y turismo, 2013).

La oferta de educación superior en el Meta ha superado todas las expectativas, pues se cuenta con 13 instituciones universitarias y un sin número de instituciones de formación técnica y tecnológica, que ofrecen al mercado una variedad importante de programas de formación.

La navegabilidad del río Meta como una oportunidad para el transporte de mercancías y de materias primas que conectaría como afluente al río Orinoco, se convierte en una estrategia futurista que seguramente aliviará en gran medida el problema del transporte de bienes y la apertura de mercados.

Con lo anteriormente expuesto, es evidente que la falta de competitividad del Departamento del Meta y su mínima inserción en los mercados internacionales como la Unión Europea, obedece a la asincronía existente entre el sector empresarial, el estado y demás organismos e instituciones como la academia. El sector empresarial del Meta ha demostrado ineficacia ante la posibilidad de crecer y desarrollar estrategias que permitan una inserción efectiva en mercados internacionales según los bloques económicos a los que pertenece Colombia; la falta de voluntad política y de gestión de los gobernantes así como de los parlamentarios no ha permitido que el Meta sea un objetivo estratégico desde el punto de vista económico en el que el Estado toma decisiones para desarrollar procesos de progreso económico. La academia y demás instituciones, no han tenido una posición férrea y disciplinada frente a los hechos que realmente son determinantes para el desarrollo económico y competitivo del Departamento del Meta.

Se considera, que se debe impulsar dos estrategias que coadyuven a que el Departamento del Meta sea un territorio más competitivo y aproveche las oportunidades que la globalización ofrece.

En primera instancia, es necesario que se formule un plan en el que de manera sistémica los diferentes actores (Estado, sector empresarial, academia y los diferentes gremios) generadores de desarrollo participen mediante el diseño e implementación de estrategias que articulen todos los esfuerzos para aprovechar los aspectos en que el departamento del Meta está ubicado de alguna manera en lugares

privilegiados de la economía nacional. La inversión en desarrollo científico, tecnológico e innovación es vital para el proceso de fortalecimiento. Lograr que el campesino vuelva a las parcelas y no se deje contaminar por la bonanza petrolera que ha reducido la producción del campo y el desplazamiento de esta actividad por emplearse en las multinacionales explotadoras del hidrocarburo. El apoyo en tecnificación de procesos productivos para que puedan cumplir con los estándares de calidad requeridos, es otra actividad dentro del plan de acción que, sumado a la financiación de proyectos empresariales serios y apoyados por la academia puedan insertarse en los negocios globales.

En segundo lugar, y con el fin de generar una estrategia que sea de largo plazo y no se convierta como en los demás casos, pañitos de agua tibia, se propone que para la sostenibilidad y sustentabilidad de todo proceso de desarrollo, se genere una estrategia de educación, pero no aquellas que sólo apuntan a cursos, seminarios y diplomados que únicamente generan indicadores de cumplimiento y cobertura. La propuesta apunta a que se empiece a formar las nuevas generaciones hacia la necesidad de ser productivos, de ser competitivos y de empezar desde edades tempranas a orientar los beneficios de la generación de ideas productivas; es decir, ir más allá de la ley de emprendimiento, es educar desde la base, desde la familia y desde el colegio que la única forma de generar desarrollo y crecimiento para la región y el país.

La competitividad no es algo que se logra en el corto plazo, es un proceso en el que se debe disponer de recursos, habilidades y capacidades proyectadas a lo largo del tiempo y en el que las generaciones más jóvenes deben insertarse con el fin de ser competitivos y optar por el aprovechamiento de las oportunidades que ofrece la globalización.

A continuación presentamos el resultado del ejercicio de prospectiva realizado en el marco del diplomado “Formación de Expertos Locales en Población y Desarrollo Territorial” desarrollado por la Universidad Externado de Colombia durante el 2011, en el que se condensan las oportunidades del departamento para alcanzar mayores niveles de competitividad socio económica en el país y de manera global.

**CONCLUSIONES.** Es evidente que el mercado de la Unión Europea es atractivo para las empresa

colombianas, el cual presenta una población de casi 504 millones de habitantes, países que demandan de nuestro país, productos como el carbón, banano, confecciones, petróleo, medicamentos, autopartes y accesorios, café, ferroníquel, con la oportunidad de exportar una gama más amplia de productos. Pero actualmente esta atravesando situaciones económicas difíciles de países como España, Italia, Grecia, Portugal. El arroveamiento de esta oportunidad se dan en la medida que los empresarios locales tomen la decisión de buscar esas nuevas oportunidades y con el apoyo abierto de Proexport, teniendo en cuenta que las limitantes más importantes de las empresas locales con la capacidad productiva y los costos de transporte.

Gráfico 5. Prospectiva del departamento del Meta a 2025.



Fuente: Leal, Juan y Otros, Grupo de trabajo, “Formación de Expertos Locales en Población y Desarrollo Territorial” desarrollado por la Universidad Externado de Colombia. 2011

El departamento del Meta, mantiene su importancia como productor agropecuario tradicional de ganadería, arroz, soya, maíz, yuca, plátano, cítricos, cacao y flores exóticas que son exportadas a otras regiones. Además apunta con ser primer productor de biocombustibles en el país. Complementariamente, los continuos hallazgos de yacimientos de petróleo, gas y otros minerales, así como su banco hídrico y variedades de fauna y flora, manifiestan el potencial de riqueza. Las ventajas comparativas que posee el departamento se resumen en la cercanía a la capital, la posibilidad de navegabilidad por el río Meta, la extensión territorial sin montañas, y la riqueza de fauna, flora e hídrica.

El departamento presenta indicadores de desarrollo muy bajos, en Fortaleza de la Economía,

Infraestructura, · Capital Humano, · Ciencia y Tecnología, Finanzas y Gestión Públicas sumado a esto inequidad en la distribución de la riqueza, así mismo en dificultades para la creación de empresas, pago de impuesto y en el cumplimiento de contrato según la calificación del Doing Business, 2010.

El proceso económico de globalización es inminente y no podemos dar la espalda a este proceso de integración, por lo tanto, las ventajas competitivas que puede crear el departamento se basa en proyectos de inversión como la posibilidad de navegabilidad del río Meta con el objetivo de disminuir los costos, el desarrollo del proyecto de aeropuerto internacional y zona franca que combinado con políticas fiscales atractivas puede despertar el interés de inversión directa en el departamento por parte de empresas nacionales o extranjeras, así como el desarrollo del sector agroindustrial con desarrollo e innovación, en el cual se vincula también el estado, el sector privado y la academia, enfocada a generar mayor valor agregado de sus productos

Finalmente los empresarios del Meta deben:

La mentalidad de muchos gerentes dejar de ver que Bogotá puede ser su destino de ventas, y tomar la decisión de “salir” a buscar nuevos mercados para sus productos o servicios, ya que los procesos, requisitos o condiciones son cosas que se deben cumplir.

El producir alimentos, podríamos afirmar que tienen mercado en cualquier país, el reto radica en ofrecer productos con valor agregado lo que generará mayores niveles de utilidad. Innovación en el producto.

Buscar de manera permanente la innovación en los procesos administrativos, productivos o de

ventas a fin de reducir costos, obtener mayores niveles de eficiencia, y establecer una ventaja competitiva en costos.

Al establecer un mercado y entrar en él, implica estar buscando un nuevo nicho o tomar decisiones de diversificación de producto.

Dar el primer paso, en el proceso de indagar, preguntar y decidir buscar nuevos mercados, ya que en la actualidad existen buenas fuentes de información y capacitación en el proceso de querer exportar.

## REFERENCIAS

Biblioteca Virtual Luis Ángel Arango. (19 de Octubre de 2013). <http://www.banrepcultural.org>. Obtenido de <http://www.banrepcultural.org>: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industria/latina/248.htm>

Competitividad, C. P. (2012). Informe Nacional de Competitividad 2012-2013. Consejo Privado de Competitividad. Bogotá: Zetta Comunicadores.

Daniels, Radebaug, & Sullivan. (2010). Negocios Internacionales "Ambientes y operaciones". México: Pearson.

Definicion.Org. (21 de Octubre de 2013). <http://www.definicion.org>. Obtenido de <http://www.definicion.org>: <http://www.definicion.org/bloque-economico>

Ministerio de Comercio, Industria y turismo. (21 de Octubre de 2013). <http://www.mincit.gov.co>. Obtenido de <http://www.mincit.gov.co>: <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=17622>