



Capítulo 6

Negociar y las teorías económicas del comercio

Negotiating and economic theories of trade

Carlos Fernando Martínez Rocha

Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano

cfmartin@poligran.edu.co



Conceptos clave

Técnicas de negociación

Herramientas y estrategias para controlar y llevar a feliz término una negociación.

Es el espacio que hay entre lo que las partes están dispuestas a ceder en una negociación.

Margen de negociación

Ventajas absolutas y comparativas

Teorías del comercio que buscan los beneficios en la realización de transacciones entre los países.

Gráficos que muestran las diferentes combinaciones de producción que un país puede realizar con la utilización de los mismos recursos de producción.

Frontera de Posibilidades de Producción (FPP)

Fuente: elaboración propia.

Introducción

Cualquier actividad del ser humano involucra negociar. Es una forma civilizada de arreglar las diferencias o disputas entre los seres humanos, cambiamos el mazo por la palabra. Dependiendo del momento, la persona, las circunstancias, el lugar, la cultura y las costumbres de los diferentes grupos sociales, se debe elegir la forma de negociar. Hay diferentes instancias de negocios, lo que significa que se negocia con uno mismo, con Dios, con la pareja, con los padres, con los profesores, en todo momento y con todos los que están alrededor nuestro, tratando de influenciar al otro “para que haga lo que uno quiere que haga”. Negociar, entonces, es una habilidad de las personas que requiere analizar muy bien los comportamientos para reflexionar y explotar las habilidades de las personas.

Las habilidades de negociar se unen con las escuelas del comercio y la frontera de posibilidades de producción (FPP), que entre dos regiones o países cuentan con producciones comunes, con el ánimo de potenciar y aterrizar una manera más práctica de identificar los beneficios del comercio. Esto mediante la idea de buscar economías abiertas para el beneficio económico de todos, rompiendo con doctrinas tradicionales como el caso de la autarquía.

Escuelas de negociación

Frente a una problemática cualquiera, sin importar su raíz, se pueden presentar diversas formas o posturas de los negociadores con respecto al problema. Se identifican dos posiciones: la cooperación y la confrontación, que dan origen a las escuelas de negociación, tratadas ampliamente en la teoría de juegos.

Ahora bien, se conocen dos escuelas de negociación: *la tradicional* o *ganar-perder*, y *la negociación de Harvard* o *ganar-ganar*. Con estas escuelas se explican los sentimientos que las personas perciben cuando están en un proceso de negociación, como pueden ser la satisfacción y la felicidad, traducidas al éxito que se siente cuando se realiza un negocio; o los

sentimientos contrarios, que serían la decepción y la tristeza, que finalmente se verían como un fracaso.

La escuela *ganar-ganar* busca acuerdos que beneficien y satisfagan a las partes permitiendo soluciones adecuadas. Normalmente, estos escenarios vienen cargados de innovación y creatividad de forma cooperativa, generando climas de confianza, evitando oposiciones significativas de los intereses particulares y proponiendo soluciones participativas y de cooperación capaces de proyectarse a largo plazo.

La escuela de *ganar-perder* tiene un objetivo distributivo e impositivo. La fuerza se convierte en el principal aliado, cualquier concesión se ve como debilidad, y existe la oposición entre las partes con pocas oportunidades de llegar a un acuerdo que beneficie al adversario. En términos de la teoría de juegos, es un juego de suma cero, lo que significa que todo lo que uno gana es porque lo está perdiendo el otro. Es una perspectiva que se asocia a la guerra.

Roger Fisher et al. (1991) mencionan las técnicas de negociación como “suave” o “dura”. La suave (método Harvard o ganar-ganar) evita los conflictos y la dura (método tradicional o ganar-perder), como opuestos extremos. En la primera se busca un acuerdo justo, satisfaciendo los intereses de las partes y la eficiencia y, que el otro esté dispuesto a negociar, no romper una relación. Se persigue la amistad, la amabilidad y con mucha oportunidad de recompra. Mientras en las negociaciones duras permite tácticas sucias como el chantaje, embuste y demás formas, que conllevan al engaño. No importa la relación, la posición es extrema y poco sólida, no genera confianza, y normalmente se enfrentan a costos y desgastes elevados, poco reparadores.

A continuación, se analizará un ejemplo:

María quiere comprar un automóvil y Luis quiere venderlo. Planteamos ahora unos posibles resultados de lo que sucede con la negociación:

1. Una vez terminado el negocio, María se monta en su auto y arranca. Ella se va muy contenta y satisfecha por haber realizado este negocio,

mientras que Luis se queda allí y no se siente bien con la negociación; él piensa que María sacó provecho y se siente perdedor en todo el proceso. Claramente, María es ganadora y Luis es perdedor.

2. Una vez terminado el negocio, María se monta a su auto y arranca. Ella no está muy contenta con el negocio, piensa que Luis tomó ventaja y se siente perdedora de todo el proceso. Luis, por el contrario, se siente triunfador con la negociación, está muy contento. Claramente, María es perdedora y Luis es ganador.
3. Una vez terminado el negocio, María se monta a su auto y arranca. Ella está muy contenta con el negocio, se siente ganadora, piensa que sería bueno encontrarse nuevamente con Luis para hacer más negocios con él. Luis también se siente triunfador con el proceso de negociación y está muy contento. María es ganadora y Luis también.

Técnicas de negociación

Lo ideal en cualquier negociación hoy en día es que las partes se sientan ganadoras. Siempre se debe procurar realizar negociaciones de ganar-ganar o escuela de Harvard.

A través de las técnicas de negociación, las personas pueden asegurar mayor éxito en el mundo de los negocios empresariales, adquiriendo habilidades con el ánimo de alcanzar los acuerdos que, sobre todo, logren beneficios mutuos para las partes (ganar-ganar). Esto mejora las relaciones comerciales y fortalece los lazos de formas duraderas.

Algunos autores de libros de técnicas de negociación, como es el caso de Fisher et al. (1991), comentan que las técnicas de negociación son habilidades que se pueden aprender y mejorar con el tiempo, no solamente formas de persuasión o dominio de una idea. Son procesos de aprendizaje constante a través del entendimiento y la recolección de información de forma continua. Algunas situaciones para tener en cuenta y lograr mayor efectividad en las negociaciones serán:

- Definir y conocer los objetivos: antes de empezar cualquier negociación se debe tener en cuenta qué es lo que se quiere conseguir, así como identificar y localizar los objetivos durante el proceso de la negociación. Una vez identificados, no se deben perder de vista, sino siempre tenerlos en cuenta.
- Escuchar: buen negociador es aquel que escucha, está atento a lo que sucede a su alrededor, pone cuidado a los detalles y a lo que dice la contraparte. Así, identifica sus necesidades e intereses, realiza preguntas cerradas, concretas y de refuerzo encaminadas a obtener información específica.
- Confianza: se debe crear un ambiente de mutua confianza en donde los negociadores se sientan cómodos y permitan que los procesos de negociación fluyan con tranquilidad y empatía.
- Opiniones: crear múltiples opciones, encontrar y plantear soluciones creativas beneficiosas para las partes involucradas, permitiendo un ambiente cómodo empoderado y colaborativo.
- Concesiones: en cualquier proceso de negociación se dan concesiones; cuando una de las partes hace concesiones, compromete a la contraparte a acceder en el mismo sentido demostrando de esta forma buena voluntad y compromiso hacia los mejores acuerdos.
- Mantener la calma: no demostrar emociones en el proceso de negociación, mantener la serenidad y ser racional frente a los objetivos; pensar antes de actuar.
- Buscar los acuerdos: llegar a consensos claros, no dejar detalles al azar; se debe buscar que los acuerdos sean conscientes para ambas partes y que se definan muy bien los términos y condiciones.

Existen distintas estrategias que se utilizan en un proceso de negociación como, por ejemplo, la *creación de opciones*. Consiste en no llegar a una negociación sin tener algunas otras alternativas u opciones reales creando un

ambiente de seguridad al momento de la negociación. El *balance* es otra estrategia integrativa en la cual se dejan notar las ventajas, ingresos, costos y beneficios de las diferentes propuestas de solución, visualizando el conflicto desde los activos y pasivos generales de la negociación, para facilitar el análisis que lleva a la toma de decisiones más adecuada. Los peldaños de la escalera son otra estrategia que se construye a media hora y la negociación prospera en cada avance con la idea de hacer sacrificios adicionales.

Una de las estrategias más conocidas en los procesos de negociación es la que Maubert (1993) propone. La llama *el salami*, que consiste en dividir en pedazos pequeños el total de la negociación, tal cual como se come el salami o el salchichón.

En el caso de la compra y venta de un auto, por ejemplo, el negocio se podría dividir en varias partes: el precio, el color del auto, los tiempos de entrega, la forma de pago, los accesorios y demás condiciones que pueden hacer el todo de una negociación. Para nuestro ejemplo vamos a suponer negociar el precio; lo ponemos sobre una línea numérica identificando los valores positivos y negativos. Al lado negativo pondremos a María y en la parte del signo positivo a Luis, así:

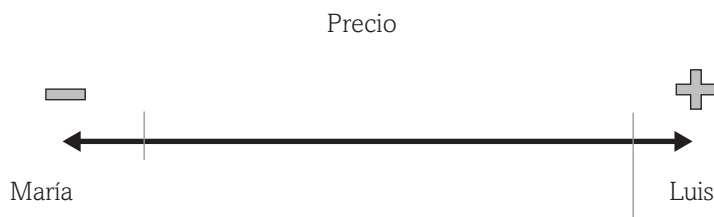


Figura 1. Margen de negociación

Fuente: elaboración propia.

María quiere pagar menos precio por el auto, así que se ubica al lado izquierdo de la línea, mientras que Luis quiere el mayor precio por su auto, entonces se ubica al lado derecho de la línea.

Primera situación: María tiene \$10 millones y quiere comprar el auto con los \$10 millones o menos; Luis quiere vender su auto en más de \$20 millones.

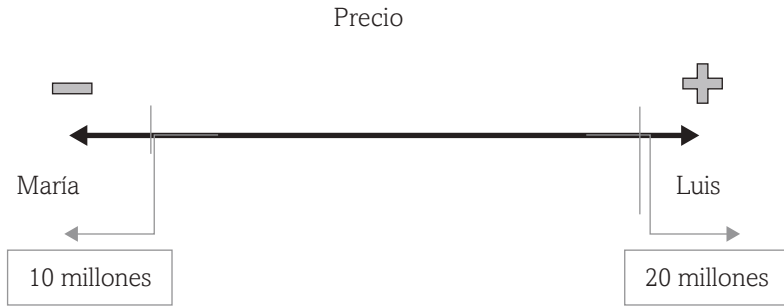


Figura 2. Margen de negociación situación 1

Fuente: elaboración propia.

En este negocio no hay nada que hacer, no hay margen de negociación ni punto de negociación, solo se está perdiendo el tiempo (transacción imposible).

Segunda situación: María tiene \$15 millones y quiere comprar el auto con los \$15 millones o menos, Luis quiere vender su auto en más de \$15 millones.

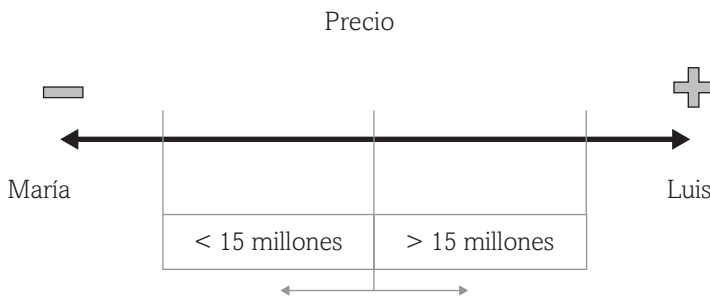


Figura 3. Margen de negociación situación 2

Fuente: elaboración propia.

En este negocio hay punto de negociación, mas no hay margen de negociación; solo bastaría encontrar el punto y se lograría realizar el negocio (un punto posible de transacción).

Tercera situación: María tiene \$20 millones y quiere comprar el auto con los \$20 millones o menos; Luis quiere vender su auto en más de 10 millones de pesos.

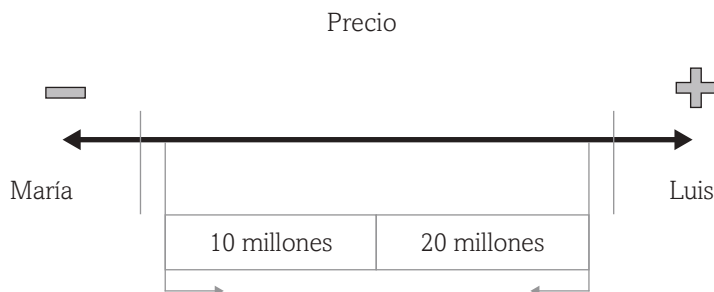


Figura 4. Margen de negociación situación 3

Fuente: elaboración propia.

En este negocio hay margen de negociación. El margen, intervalo o segmento es todo el espacio que hay entre los \$20 millones de María y los \$10 millones de Luis (varias transacciones posibles). Cualquier negocio que se realice o proponga con precio entre estos segmentos, permite que tanto María como Luis ganen (ganar-ganar) y si el negocio se plantea por fuera de estos intervalos, hay uno que gana y otro que pierde (ganar-perder).

Determinar estos márgenes de negociación se convierte en uno de los principales propósitos de búsqueda de las partes para llegar a una negociación exitosa. En los procesos de negociación se pueden plantear más escenarios y revisar que se estén cumpliendo dentro de estos parámetros.

Vistas la dinámica de la negociación y sus técnicas, ahora se pretende relacionarlas con las teorías del comercio. Este ejercicio es vital, ya que le permite a los negociadores de un país lograr acuerdos comerciales más coherentes y basados en los resultados científicos, con escenarios posibles a la realidad, a través de los segmentos de negociación que permiten visualizar hasta dónde son beneficiosas las teorías del comercio para cada país o región.

Teorías del comercio

El comercio ha sido una práctica fundamental en la historia de los seres humanos. Esto por el afán de conseguir los bienes y los servicios que la sociedad necesita, pero que no produce (o sí los produce, los produce deficientemente). Los economistas a lo largo de los años han tratado de comprender y estudiar la dinámica del comercio entre las naciones, desarrollando así las diferentes teorías del comercio, dentro de las que se destacan dos: la ventaja absoluta y la ventaja comparativa.

Ventaja absoluta y ventaja comparativa

La ventaja absoluta fue desarrollada por el economista clásico Adam Smith y propuesta en su obra *La riqueza de las Naciones* en el siglo XVIII. Establece que un país debe especializarse en producir aquellos bienes y servicios con mayor eficiencia que otros (Smith, 1996). Por ejemplo, si un país tiene unas condiciones de producción como tierra fértil y agua necesarias para producir frutas y verduras de alta calidad con menor costos que otro país, cuenta con una ventaja absoluta en la producción de estos productos.

La ventaja comparativa, por otro lado, fue desarrollada por el economista David Ricardo en su obra *Principios de Economía Política y Tributación* en el siglo XIX. Esta propone que un país debe especializarse en producir los bienes y servicios con los cuales tiene una ventaja comparativa, es decir, con el menor costo de oportunidad con relación a otros bienes y servicios que produce (Ricardo, 1817).

A continuación, se analiza un ejemplo:

En la siguiente tabla se muestra la producción de dos países (A y B). Ambos producen maíz y trigo en toneladas por una semana de trabajo de producción.

Tabla 1. Producción de dos países (maíz y trigo)

País / producción	Maíz	Trigo
A	10	16
B	16	16

Fuente: elaboración propia.

La ventaja absoluta en la producción de maíz la tiene el país B, ya que con los mismos recursos produce más. La ventaja absoluta en la producción de trigo no la tiene ningún país, porque con los mismos recursos producen lo mismo.

Para saber quién tiene la ventaja comparativa es necesario determinar el costo de oportunidad de cada país así:

País A

El costo de oportunidad de producir una tonelada de maíz =

$$\frac{(\text{dejar de hacer 16 de trigo})}{\text{por hacer 10 de maíz}} = 1,6 \text{ de trigo}$$

El costo de oportunidad de producir una tonelada de trigo =

$$\frac{(\text{dejar de hacer 10 de maíz})}{\text{por hacer 16 de trigo}} = 0,625 \text{ de maíz}$$

País B

El costo de oportunidad de producir una tonelada de maíz =

$$\frac{(\text{dejar de hacer 16 de trigo})}{\text{por hacer 16 de maíz}} = 1 \text{ de trigo}$$

El costo de oportunidad de producir una tonelada de trigo =

$$\frac{(\text{dejar de hacer 16 de maíz})}{\text{por hacer 16 de trigo}} = 1 \text{ de maíz}$$

Una vez calculados los costos de oportunidad de cada uno de los países, se analiza quién tiene el menor costo de oportunidad.

El costo de producir maíz en el país A es dejar de hacer 1,6 de trigo, mientras en el país B el costo de producir una de maíz es dejar de hacer 1 de trigo, por lo cual la ventaja comparativa en la producción de maíz la tiene el país B, ya que su costo de oportunidad es menor. El país B debe dedicarse a producir maíz.

El costo de producir trigo en el país A es dejar de producir 0,625 de maíz, mientras que en el país B, el costo de producir una de trigo es dejar de hacer 1 de maíz. Lo que significa que el país A tiene la ventaja comparativa en la producción de trigo. El país A debe dedicarse a producir trigo.

Ahora, es necesario relacionar las teorías del comercio con el modelo económico de frontera de posibilidades de producción (FPP), ya que el modelo permite visualizar la combinación de producción de dos productos que utilizan los mismos factores de producción. Al enfrentar las gráficas de cada país es posible destacar y visualizar fácilmente los datos para poder calcular los costos de oportunidad con los cuales se revela la teoría de comercio de la ventaja comparativa.

Modelo de frontera de posibilidades de producción (FPP)

Algunos economistas como Samuelson y Nordhaus (2019) consideran al modelo de FPP como una herramienta en economía que relaciona la producción de dos bienes o servicios en una economía, de acuerdo con los recursos y la tecnología disponibles. Consiste en representar gráficamente, mediante una curva que muestra las combinaciones de dos productos que una economía puede producir, usando recursos y tecnología total eficientemente.

La gráfica muestra una relación inversa entre la producción de un bien con respecto a otro, señalando las diferentes combinaciones posibles. Un punto por dentro de la frontera estará indicando que se produce de una forma ineficiente, pues hay desperdicio de recursos; si el punto se sale de

la frontera, indicará que la producción es imposible de realizar con los recursos existentes.

Para nuestro ejemplo, se grafica para cada país su respectiva FPP en donde se utilizan total y eficientemente los recursos productivos comunes para producir maíz y trigo, así:

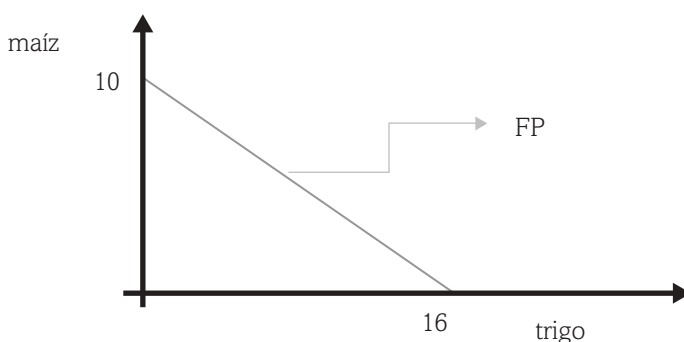


Figura 5. Frontera de Posibilidades de Producción del país A

Fuente: elaboración propia, 2023

Si el país A dedicara todos sus esfuerzos y recursos a producir maíz, podría tener una producción de 10 toneladas de maíz y ninguna de trigo; si se dedicara a producir solo trigo, utilizando total y eficientemente sus recursos, podría producir 16 de trigo y ninguna de maíz.

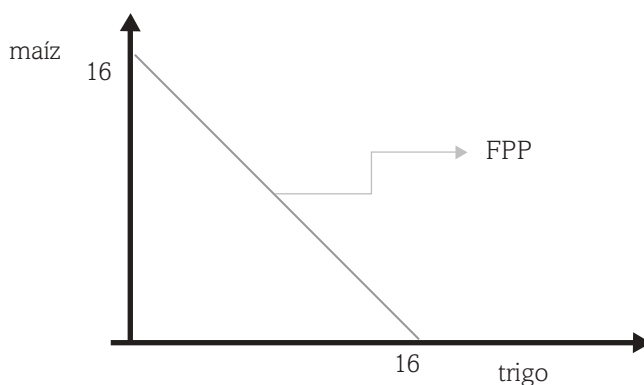


Figura 6. Frontera de Posibilidades de Producción del país B

Fuente: elaboración propia.

Si el país B, dedicara todos sus esfuerzos y recursos a producir maíz, podría tener una producción de 16 toneladas de maíz y ninguna de trigo; si se dedicara a producir solo trigo, utilizando total y eficientemente sus recursos, podría producir 8 de trigo y ninguna de maíz.

Estos países pueden distribuir sus recursos para producir los dos productos. De esta manera, tendrán una combinación de puntos tal que cualquier combinación que realicen, de forma total y eficiente, estará sobre la FPP. Un punto por dentro de la FPP significa que la producción se realiza utilizando deficientemente los recursos y un punto por fuera de la FPP significa que es imposible la producción, ya que no se cuenta con los recursos necesarios para llegar a estos puntos.

Ahora supongamos que tanto el país A como el País B son autárquicos (ausencia de comercio, todo lo que producen lo consumen, el consumo es igual a la producción), y que utilizan la mitad de los recursos para producir maíz y la otra mitad de los recursos para producir trigo, sus gráficas quedarán así (figura 7):

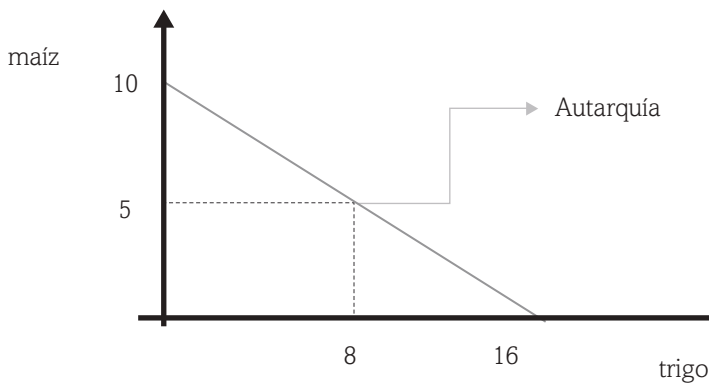


Figura 7. Punto de Autarquía del país A

Fuente: elaboración propia.

Con esta combinación de producción en autarquía, el país A queda produciendo y consumiendo 5 toneladas de maíz y 8 toneladas de trigo (figura 8).

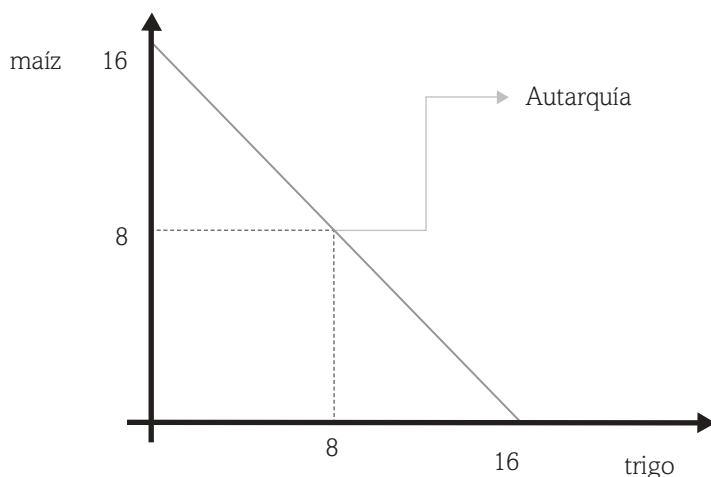


Figura 8. Punto de Autarquía del país B

Fuente: elaboración propia.

Con esta combinación de producción en autarquía, el país B quedaría produciendo y consumiendo 8 toneladas de maíz y 8 toneladas de trigo.

En uno de los principios que Mankiw (2012) propone, el comercio se considera como una invitación a realizar intercambios entre países, ya que beneficia a las partes involucradas en la medida en que separa la producción y el consumo. A la vez permite mayor consumo gracias a la especialización.

Para nuestro ejemplo, y partiendo de la situación de autarquía, ahora invitamos a los países A y B a que realicen comercio. En el segmento de negocios de la gráfica se pone el valor de una tonelada de maíz (el costo de oportunidad), que corresponde a lo que cuesta en cada uno de los países, así:

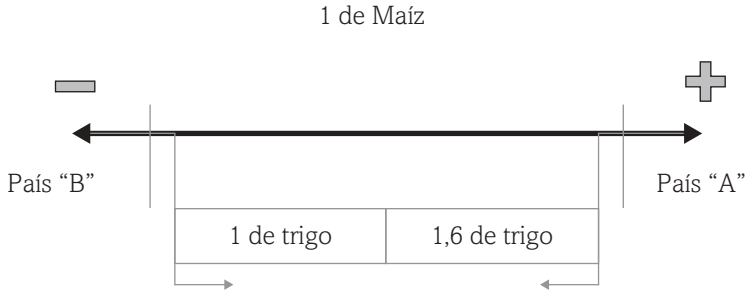


Figura 9. Margen de negociación de una tonelada de maíz

Fuente: elaboración propia.

El país B debe producir maíz e intercambiar con el país A por trigo; cualquier valor que esté en el intervalo de 1 tonelada de maíz a cambio de 1 tonelada de trigo, hasta 1,6 toneladas de trigo, son situaciones de negocios que benefician a ambos países. Será habilidad de los negociadores de las partes tratar de sesgar hacia un lado a su favor, por ejemplo, un planteamiento de negocio sería: por una tonelada de maíz que entregue el país B, recibe 1,4 toneladas de trigo, Este es un posible negocio de ganar-ganar.

Con este negocio el país B debe hacer una tonelada más de maíz, lo que implica que ahora deja su autarquía y produce 9 de maíz y 7 de trigo.

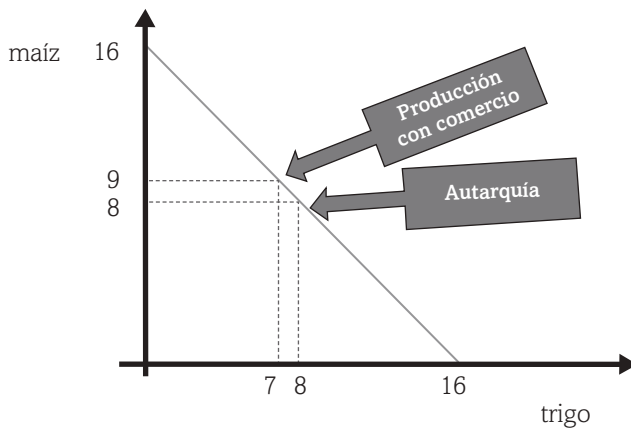


Figura 10. Separación de la autarquía, la producción en el país B

Fuente: elaboración propia

Con esta producción y planteamiento del negocio, el país B quedaría consumiendo 8 de maíz y 8,4 toneladas de trigo, lo que significa que mejora su consumo en 0,4 toneladas más de trigo.

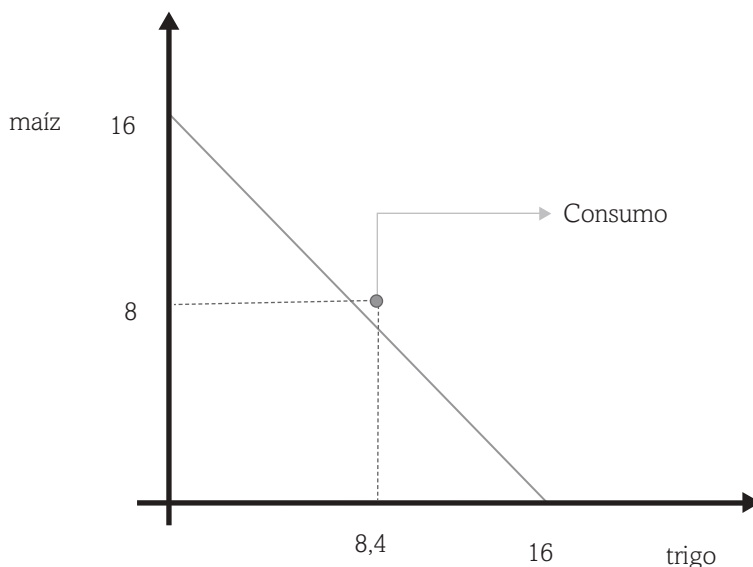


Figura 11. Separación de la autarquía, el consumo en el país B

Fuente: elaboración propia.

En la figura 11, se observa que el punto de consumo está por fuera de la frontera de posibilidades de producción, lo que indica que un país puede consumir más de lo que produce gracias a la actividad de comercio que mejora el bienestar de todos.

Por su parte el país A tiene que producir 1,4 toneladas más de trigo para entregar al país B y así recibir una tonelada de maíz. Su producción a partir de la autarquía con la negociación quedaría en: 9,4 toneladas de trigo y 4,125 toneladas de maíz. Hay que recordar que por cada tonelada de trigo adicional, deja de producir 0,625 toneladas de maíz; como produce más de la tonelada de trigo (1,4) significa que deja de producir 0,875 toneladas de maíz ($0,625 \times 1,4$ para sacar la proporción).

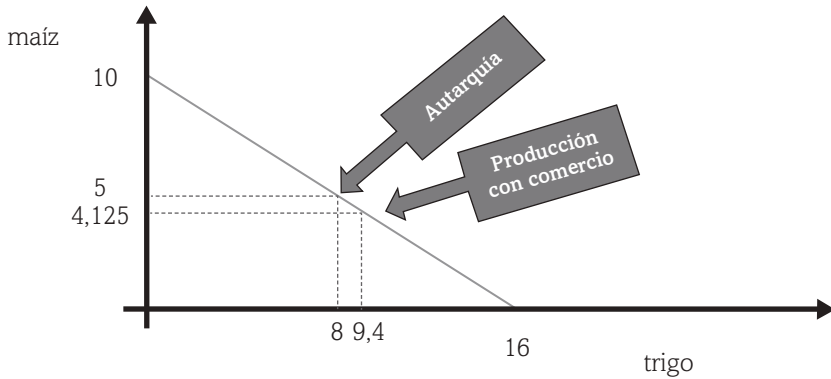


Figura 12. Separación de la autarquía, la producción en el país A

Fuente: elaboración propia.

A partir de esta producción ahora revisamos cuánto queda consumiendo del país A. Como produjo 1,4 toneladas más de trigo para entregar en el negocio, su consumo de trigo es de 8 toneladas y de maíz es de 5,125 toneladas. A partir de la negociación quedó produciendo 4,125 toneladas de maíz, más una tonelada que recibe por el negocio.

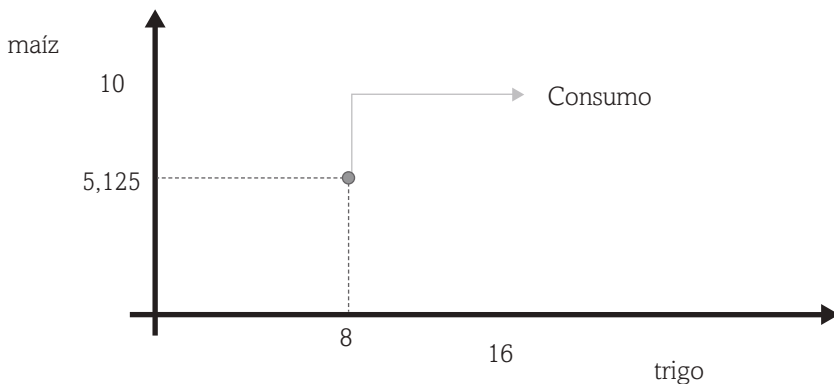


Figura 13. Separación de la autarquía, el consumo en el país A

Fuente: elaboración propia.

En la figura 13, se observa que el punto de consumo está por fuera de la FPP, lo que indica que un país puede consumir más de lo que produce gracias a la actividad de comercio. Ahora el país A, gracias a la negociación, puede consumir 0,125 toneladas de maíz más que cuando estaba en autarquía.

Nueva y novísima teoría del comercio internacional

De acuerdo con González Blanco (2011) existen diferentes teorías del comercio que se pueden agrupar en tres categorías: la tradicional, la nueva teoría del comercio internacional y las que denominan como novísimas.

En las teorías tradicionales están la ventaja absoluta de Adam Smith y la ventaja comparativa de David Ricardo, que sostienen este capítulo. Dentro de la nueva teoría del comercio internacional están el comercio intraindustrial y el comercio entre países similares, que nacen como respuesta a aquellos países que producen lo mismo que importan. Por ejemplo, los que producen automóviles, pero que también los importan de otras partes del mundo. Uno de los principales modelos económicos fue desarrollado por Bela Balassa en 1966, que crea la Comunidad Económica Europea (CEE). Otros modelos tienen en cuenta las economías a escala y la diferenciación de productos, dentro de los que se consideran la competencia monopolística y el dumping recíproco.

Los modelos novísimos consideran la comercialización y producción de empresas heterogéneas en donde producen lo mismo de forma muy diferente, impactando variables como los costos de producción. Dentro de los autores más representativos están los profesores Richard Baldwin y Rikard Forslid.

Reflexiones finales

Los países deberían realizar actividades de comercio, ya que este puede mejorar el bienestar de todos, en la medida en que permite desarrollar actividades de negociación. Para esto es necesario que las personas adquieran habilidades y destrezas que hagan que la negociación sea conveniente para las partes.

Ahora bien, la negociación como concepto se refiere a un grupo de habilidades que se debe estudiar, aprender y desarrollar con el ánimo de sacar el mejor provecho. En ese sentido es mejor, si se puede, integrar conocimientos económicos con habilidades de las personas, como es el caso de las destrezas de negociación.

En términos generales, se debe procurar realizar negocios en economías abiertas con el ánimo de evitar la autarquía y así generar oportunidades de negocios que beneficien a todas las comunidades económicas.

Para finalizar, es importante destacar que algunos acontecimientos trascendentales en la vida de ser humano hacen que las costumbres y las tradiciones cambien, y que consecuentemente se dicten nuevas condiciones de interacción en la sociedad. Ese fue el caso del acto de negociar, dentro del marco de lo que la humanidad vivió con la pandemia del Covid-19. Hubo nuevos escenarios; ahora en la coyuntura de la pospandemia la negociación cambió en los medios y en algunas formas de comunicarnos, quizás un poco más impersonales. Sin embargo, la esencia de las técnicas y de los modelos que aquí se presentan a propósito de las negociaciones, no ha sufrido cambios significativos.

Preguntas orientadoras

- ¿Cómo saber desde qué momento una negociación beneficia a todas las partes involucradas y hasta dónde deja de serlo?
- ¿Qué parámetros hay que tener en cuenta cuando afrontamos un proceso de negociación?
- ¿Cómo es que a través del costo de oportunidad podemos calcular los parámetros más convenientes para que una negociación sea beneficiosa para las partes involucradas en el proceso?
- ¿Qué teorías de comercio se usan más y se consideran en los procesos de negociación entre los países?

Referencias

- Fisher, R., Ury, W. L., y Patton, B. (1991). *Getting to Yes: Negotiating Agreement Without Giving In*. Pasarela.
- González Blanco, R. (Enero-febrero de 2011). Diferentes Teorías del Comercio Internacional. *Hielo Revistas de Economía*, (858), 103. <http://vonhumboldt.org/paper/Blanco%20-%20resumen%20teorias%20comercio%20internacional.pdf>
- Mankiw, N. G. (2012). *Principios de economía* (6ª Edición). CENGAGE learning.
- Maubert, J. F. (1993). *Negociar las claves para triunfar*. Alfaomega-marcombo.
- Ricardo, D. (1817). *Principios de Economía Política y Tributación*. John Murray.
- Samuelson, P. A., y Nordhaus, W. D. (2019). *Economía con aplicaciones* (19 ed.). McGraw Hill. <https://www-ebooks7-24-com.loginbiblio.poligran.edu.co/?il=9243>
- Smith, A. (1996). *La riqueza de las naciones* (C. Rodríguez Braum, Trad.) Alianza Editorial. [http://www.iunma.edu.ar/doc/MB/lic_historia_mat_bibliografico/Fundamentos%20de%20Econom%C3%ADa%20Pol%C3%ADtica/194-Smith,%20Adam%20-%20La%20riqueza%20de%20las%20naciones%20\(Alianza\).pdf](http://www.iunma.edu.ar/doc/MB/lic_historia_mat_bibliografico/Fundamentos%20de%20Econom%C3%ADa%20Pol%C3%ADtica/194-Smith,%20Adam%20-%20La%20riqueza%20de%20las%20naciones%20(Alianza).pdf)

Este libro se terminó de editar y publicar
en el mes de septiembre de 2024 por el
Politécnico Grancolombiano,
en la ciudad de Bogotá, D. C., Colombia