

Análisis del Comercio Internacional y Aproximaciones al caso de América Latina.

Analysis of International Trade and Approaches to the case of Latin America.

Eco. Humberto Pedro Segarra Jaime ^{1*}, Ing. Fernando Rodolfo Orellana Intriago ²

1* Magister Ejecutivo en Dirección de Empresas Con Énfasis en Gerencia Estratégica. Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Email: humberto.segarraj@ug.edu.ec ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3946-952X>

2. Magister en Tributación y Finanzas. Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Email: fernando.orellanai@ug.edu.ec ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3266-9265>

Destinatario: humberto.segarraj@ug.edu.ec

Recibido: 20/Agosto/2021

Aceptado: 23/Septiembre/2021

Publicado: 29/Octubre/2021

Como citar: Segarra Jaime , H. P., & Orellana Intriago , F. R. (2021). Análisis del Comercio Internacional y Aproximaciones al caso de América Latina. E-IDEA Journal of Business Sciences, 3(13), 44-53. <https://doi.org/10.53734/eidea.vol3.id143>

Resumen: El presente artículo tuvo como finalidad revisar conceptos del comercio exterior desde un análisis a la epistemología del mismo, al entorno económico internacional, así como la caracterización del comercio internacional y las tendencias actuales que maneja el comercio exterior en el caso particular de América Latina. Para ello se llevó a cabo la búsqueda de información en las bases de datos de artículos de revistas académicas y científicas, así como libros digitales, donde se aplicó la técnica revisión bibliográfica para comprender y conocer más a fondo las características de los temas anteriormente mencionados. La metodología aplicada fue una investigación documental, lo que permitió elaborar conclusiones generales de hechos particulares, para de esta manera analizar con mayor precisión el comercio exterior desde su epistemología, entorno, caracterización y tendencias actuales. Aportando que la epistemología del comercio internacional se fundamenta en las teorías de Adam Smith y de David Ricardo, determinando que el entorno económico internacional se debe analizar tomando en cuenta el entono microeconómico y macroeconómico. Mientras que el comercio internacional se caracteriza por intercambio de bienes económicos, la exportación, la importación, la obtención de divisas entre otros. Por otro lado, las aproximaciones al caso de América Latina en referencia al comercio internacional, muestra su peor desempeño a causa de la pandemia por COVID-19. Finalmente se reportan conclusiones para cada tópico analizado.

Palabras claves: Comercio Exterior, epistemología, entorno económico, América Latina.

Abstract: The purpose of this article was to review concepts of foreign trade from an analysis to its epistemology, to the international economic environment, as well as the characterization of international trade and the current trends that foreign trade handles in the particular case of Latin America. For this, a search for information was carried out in the databases of articles of academic and scientific journals, as well as digital books, where the bibliographic review technique was applied to understand and learn more about the characteristics of the aforementioned topics. The applied methodology was a documentary investigation, which allowed to elaborate general conclusions of particular facts, in order to analyze foreign trade with greater precision from its epistemology, environment, characterization and current trends. Contributing that the epistemology of international trade is based on the theories of Adam Smith and David Ricardo, determining that the international economic environment should be analyzed taking into account the microeconomic and macroeconomic environment. While international trade is characterized by the exchange of economic goods, export, import, obtaining foreign exchange among others. On the other hand, the approaches to the case of Latin America in reference to international trade show its worst performance due to the COVID-19 pandemic. Finally, conclusions are reported for each topic analyzed.

Keywords: Foreign Trade, epistemology, economic environment, Latin America.

INTRODUCCIÓN

Actualmente es creciente la necesidad de internacionalización de las empresas con la cual se busca el posicionamiento en el mercado internacional, por ende, el crecimiento de sus ventas; en efecto los negocios internacionales, son base fundamental para la relación de estas, con el exterior en dirección a un crecimiento a escala mundial. Y allí interviene el comercio exterior que es el intercambio de bienes y servicios que realiza la economía de un país o área regional con las economías de otros países o áreas regionales.

De acuerdo, a Calduch (2017) se entiende por comercio internacional a las transacciones de bienes y servicios que se realizan entre todas las economías soberanas que pertenecen a un área, sea regional o mundial, caracterizada por su alto grado de interdependencia económica. Es decir, que el comercio internacional o exterior es el intercambio comercial que se genera para el conjunto de países insertos en una misma área geoeconómica.

De allí la importancia de estudiar el entorno económico internacional y sus características, así como, indagar sobre lo actual en el caso de comercio internacional en América Latina

METODOLOGÍA

La metodología que se usó en la investigación para este artículo es la documental, ya que permitió al investigador familiarizarse con la temática que se estudia y revisar conceptos del comercio exterior desde un análisis a la epistemología del mismo, al entorno económico internacional, la caracterización del comercio internacional y las tendencias actuales que maneja el comercio exterior en el caso particular de América Latina.

De lo anteriormente expuesto, se cita a Hernández y Fernández (2014), quienes definen la investigación documental como: “Detectar, obtener y consultar la bibliografía y otros materiales que parten de otros conocimientos y/o informaciones recogidas moderadamente de cualquier realidad, de manera selectiva, de modo que puedan ser útiles para los propósitos del estudio”.

De forma similar, Losada y Lopéz (2003), conceptualizan la investigación bibliográfica como una técnica cualitativa que se encarga de explorar todo aquello que se haya escrito acerca un determinado tema o problema. Este tipo de investigación pretende cumplir como basamento teórico del trabajo que se quiere realizar, así como evitar que las investigaciones sean réplicas de alguna ya hechas.

La investigación documental se debe enfocar exclusivamente en el tema de estudio sin perderse en otros temas ajenos al mismo.

Para este artículo, se recopiló información de tipo bibliográfico, es decir, documentos escritos como: libros, artículos de publicaciones como revistas científicas y artículos que se obtuvieron de portales de internet con especialidad en el tema.

A partir de la obtención de la información, esta fue analizada objetivamente por el investigador, la cual permitió analizar conceptos de comercio exterior.

RESULTADOS

Epistemología del comercio exterior

Para poder llegar a conocer el comercio internacional se debe partir del estudio de su origen y su evolución a través de la historia hasta la actualidad teniendo en cuenta diversos factores que lo llevan a convertirse en uno de los motores más importantes para el desarrollo económico mundial, y así notar su importancia.

Entre los primeros postulados formales de la internacionalización se encuentran en los aportes de la escuela clásica de economía, cuyo representante fue el clásico Adam Smith. Para Smith los mercantilistas fundamentaron el crecimiento económico en el intercambio comercial de metales preciosos porque consideraban que un país era rico por la abundancia de oro y plata, pero no diferenciaron entre riqueza y acumulación (Ramos, 2021)

Según Smith (1999), la riqueza de una nación dependía exclusivamente del valor del trabajo, dado que el trabajo no es homogéneo. Por lo tanto, si el trabajo es el único factor de producción y los bienes se intercambian de acuerdo con los requerimientos de trabajo necesarios para producirlos, un país puede ser más eficiente que otro en la producción de un bien y menos eficiente que otro en la producción de otro bien. Smith define esta condición como ventaja absoluta, a partir de esta noción se presume que el comercio entre naciones es de mutuo beneficio.

Ahora, para Ricardo (1959), también representante de la escuela clásica de la economía, Smith no consideraba la posibilidad de que un país tuviera la ventaja absoluta en la producción de todos los bienes, caso que podría darse entre países con diferentes niveles de desarrollo enfrentados en la competencia del mercado internacional. Por ello, plantea que si el costo del trabajo relativo de los bienes en cada país (no los costos absolutos) determina el valor en los intercambios internacionales, entonces los países de diferente tamaño podrían beneficiarse del comercio internacional, y denominó a esta condición ventaja comparativa.

Se aprecia que en los fundamentos de los clásicos de Smith y Ricardo, todos los individuos ganan dentro del comercio, dado que la menor diferencia relativa de costos permite la especialización y genera intercambio comercial, ya que sustenta su valor en un solo factor de producción: el trabajo. Por el contrario, la teoría neoclásica del comercio internacional considera que los patrones del comercio no dependen de la productividad de la mano de obra sino de la interrelación entre la cantidad de factor productivo que tiene un país y la cantidad de factor productivo que requiere un bien para su producción.

En referencia a la teoría neoclásica, su principal exponente es Bertil Ohlin, quien junto a Eli Heckscher, construye un modelo tomando en consideración que los factores de producción necesarios para la elaboración de un bien son el trabajo y el capital. El modelo asume que en los países desarrollados hay abundancia de capital mientras que los países en desarrollo tienen abundancia de trabajo. De esta manera, los postulados del modelo Heckscher-Ohlin, plantean que aquellos bienes que requieren mayor cantidad de trabajo para su producción deben ser producidos por los países con abundancia en mano de obra, mientras que los bienes que requieren capital de forma intensiva en su creación deben ser producidos por los países con abundancia en capital. El comercio internacional se basaría, entonces, en la interacción entre la intensidad y la abundancia factorial. (Ramos, 2021)

Estos modelos sentaron las bases teóricas del comercio internacional, sin embargo, no podían explicar la diferencia en los resultados de exportación entre países con recursos similares, especialmente porque se basaban en supuestos de competencia perfecta.

La competencia perfecta es según Atucha y Gualdoni (2018), un tipo de estructura de mercado que es útil en el análisis teórico, aunque es difícil hallar

ejemplos de bienes o de servicios que se comporten de acuerdo con todas sus características. Sin embargo, su comprensión facilita el análisis de situaciones más complejas.

Las cuatro características que debe reunir un mercado para ser tipificado como de competencia perfecta son:

- El número de vendedores y de compradores es lo suficientemente grande, y los volúmenes de las operaciones por ellos desarrolladas son suficientemente pequeños, como para que los cambios en las ventas o en las compras realizadas por algunos de ellos no afecten el precio.
- Tanto compradores como vendedores deben ser indiferentes respecto a quién comprar o a quién vender.
- Todos los compradores y vendedores deben tener conocimiento pleno de las condiciones generales del mercado.

- Debe existir libre movilidad de los recursos productivos. Los agentes económicos que integran el mercado pueden entrar y salir libremente en respuesta a incentivos de rentabilidad.
- El cumplimiento simultáneo de las cuatro condiciones asegura la existencia de un mercado de competencia perfecta

Entorno Económico Internacional

Para analizar el entorno económico internacional se hace necesario conocer en qué medida la situación económica del país, el funcionamiento de los mercados entre otras cuestiones, influyen al momento de tomar decisiones dentro de la empresa

En atención a Fierre (2020) para analizar el entorno económico internacional de manera detallada se debe hacer el análisis microeconómico, detallando cómo funcionan los mercados de los bienes y servicios, en donde se definen las decisiones individuales que toman los compradores y los productores, y donde ambos negociando llegarán a un acuerdo basado en el precio, y por tanto se llevará así a cabo el intercambio. Por otra parte, se debe hacer el análisis macroeconómico, atendiendo a la tasa de inflación, la tasa de desempleo y la tasa de crecimiento, entre otros factores productivos, sectores económicos y aspectos legales que determinan ese crecimiento.

En este orden de ideas, los factores macro en el entorno económico de una empresa según Tech school of business (2021) suelen escapar del control de la compañía, aunque su influencia sobre los resultados es significativa. En este grupo se encuentran los siguientes:

- Inflación
- Ingresos
- Empleo / desempleo.
- Tasas de interés
- Tasas de ahorros
- Las tasas de impuestos.
- Tasa de cambio de moneda.
- Niveles de confianza del consumidor.
- Recesiones.

De manera similar, Tech school of business (2021) indica que, la empresa puede actuar sobre los factores micro de su entorno económico y, a diferencia de lo que sucedía con los factores macro, tiene la posibilidad de impulsar el cambio. En este grupo se encuentran, entre otros, los siguientes factores:

- Demanda.
- Confiabilidad de la cadena de distribución de la compañía.
- Competencia.
- Disponibilidad y calidad de proveedores.

En base a lo anteriormente expuesto, se puede decir, que los mercados internacionales y su entorno deben atender las peculiaridades locales que estén presente, a fin de perfeccionar las estrategias de marketing y rentabilizar las acciones comerciales lo máximo posible. Muchas empresas han fracasado, aún a pesar de disponer de muy buenos productos por no saber entender los mercados en los que se hallaban inmersos.

La causa es debida a la diferencia de escenarios entre los mercados locales y los exteriores. En estos, el entorno se convierte hostil por su desconocimiento y la falta de habitualidad a las costumbres, normas, métodos, y otros factores locales. Comprender los nuevos escenarios, y conocer los factores que influyen en ellos se convierten en pieza clave para el éxito de la misión internacional (Betancur, 2013)

Ahora bien, en el contexto económico internacional actual se puede decir, que el comercio internacional puede facilitar u obstaculizar el proceso de desarrollo e incluso modificar esta relación. Para ello hay que tener en cuenta según Calvo (2021): 1. La composición del comercio (dependencia de las exportaciones de productos básicos en lugar de diversificarlas). 2. la estructura de producción y empleo del país y 3. la interdependencia entre comercio y otras relaciones económicas internacionales (inversión extranjera directa, tecnología).

Hay que comentar que la crisis de la COVID- 19 ha puesto una amenaza sin precedentes para el desarrollo y la actividad comercial en el mundo. No solo ha ocasionado pérdidas humanas, también ha afectado a los avances que en materia de desarrollo se habían producido en los últimos años (Calvo, 2021)

Caracterización del Comercio Internacional

Los negocios internacionales están conformados por las siguientes categorías: comercio internacional que abarca tanto a las exportaciones como las importaciones; inversiones internacionales directas e indirecta; maquila internacional; franquicias internacionales, turismo internacional” (Lerma & Márquez, 2010).

Ahora bien, el comercio exterior emplea sus conocimientos en la parte legal y normativas de un país en el intercambio de bienes con otro, en otras palabras, los procedimientos a seguir en aduanas y los papeles a presentar en las transacciones para cumplir con todas las formalidades aduaneras para el ingreso o salida de una mercancía del territorio nacional.

De acuerdo a lo anterior, y a Urrosolo y Martinez (2018) se deduce que, al hablar de comercio internacional, se tienen las siguientes características:

- Salida de mercancías de un país con destino a otro (exportación)
- Intercambio de bienes económicos.
- Entrada de mercancías de un país procedente de otro (importación)
- Escasa importancia de la nacionalidad de los comerciantes, puesto que ello no conlleva la salida de las mercancías de un país.

Mientras que para Editorial Grumedi (2018) el comercio internacional es muy común a través del mundo y se caracteriza por lo siguiente:

- Consiste en el intercambio de aquellos bienes o servicios que un determinado país no produce o requiere adquirir.
- Permite obtener distintas divisas y monedas y, con ellas, continuar invirtiendo en el mercado internacional.
- Posibilita la adquisición de productos variados y de cualquier tipo.
- Incrementa la producción de un país y le otorga múltiples beneficios.
- Cuenta con regulaciones y acuerdos entre los países involucrados para que haya igual entendimiento.
- Existen entidades que funcionan como avales y verifican que todo se cumpla entre las partes.

De manera similar EuroAula (2019) comenta que el comercio internacional se caracteriza por diversos aspectos que se muestran en la Tabla 1

Tabla 1.

Características del Comercio Internacional:

Economía Global	Se relaciona con el comercio internacional y se dan soporte mutuamente, ya que se trata de las relaciones económicas entre uno o varios países con movimientos de mercancías y dinero a través de las fronteras. Para facilitar el comercio internacional se han formado organizaciones internacionales que regulan los acuerdos comerciales, es el caso de la Organización Mundial del Comercio (OMC)
Intercambio y Moneda Extranjera	El comercio se basa en un intercambio, en el caso del comercio internacional, intercambio de bienes y servicios entre uno o varios países internacionales en forma de divisa. Al realizar transacciones con varios países, se involucran distintas monedas. Por lo que entra en juego pagos con monedas y divisas extranjeras

Fuente: (EuroAula, 2019)

Tabla 1.*Continuación:*

Separación de compradores y productores	En el comercio internacional encontramos una separación de compradores y productores puesto que, los productores y los compradores pertenecen a distintos países. Además, para una buena administración del comercio, se deben implicar intermediarios que ayuden con las normas y reglamentos relacionados con el comercio internacional.
Restricciones y control gubernamental	Importar y exportar implica restricciones por parte de otros países, derechos aplicados por los países importadores como también, regulaciones a la hora de enviar mercancía fuera del ámbito nacional. Además, cabe tener en cuenta que toda importación y exportación está regulado por cuotas, aduanas y aranceles en ciertos productos.
Elementos de riesgo y acuerdos comerciales	El comercio internacional comporta un riesgo importante, el hecho de transportar bienes a larga distancia implica un peligro a tener en cuenta, como puede ser la pérdida de productos. Además, dependiendo del país, algunos mercados se rigen de acuerdos comerciales especiales en algunos bienes, por lo que puede haber restricciones.

Fuente: (EuroAula, 2019)

A lo anterior se suma Valencia (2019) que comenta que las tendencias actuales del Comercio Exterior se caracterizan con el avance tecnológico, unido a cambio portuarios, surgimientos de nuevos mercados, cambio de la cadena de suministro, la tendencia que predomina es el Comercio Electrónico, ya que través de las TIC se facilita la obtención de información y comunicación entre compradores y vendedores, lo que beneficiará y revolucionará en mayor medida la forma de proceder para hacer negocios y su operatividad sin necesidad de encuentro físico, entrega de documentos físicos ya que por medio de la tecnología y la interconexión de las empresas facilitan la obtención de documentos.

Se evidencia pues, que tendencia principal es el comercio electrónico transfronterizo que es y será el nuevo impulsor de las exportaciones e importaciones, con la rápida conexión que se tiene a través de internet facilitando la compra y venta de bienes y servicios, reduciendo costos y tiempo e incluso la logística de entrega para que el cliente tenga mayor comodidad, como menciona (Valbuena y Montenegro, 2017)

Aproximaciones al caso de América Latina

En el nuevo informe anual de la CEPAL (2020) se comenta que el comercio exterior de América Latina y el Caribe exhibe su peor desempeño desde la crisis financiera mundial por causa de la pandemia y estima que el valor de las exportaciones regionales cayó -13% en

2020 y sugieren activar la integración regional para impulsar la recuperación, así como a disminuir las desigualdades de género en el comercio.

Lo anterior lo ratifica Garzón (2020) al indicar que, debido a la pérdida de dinamismo de la economía, el comercio mundial acumula una caída del 17% en volumen entre enero y mayo de 2020 y América Latina es la región en desarrollo más afectada, principalmente por el freno de las ventas de manufacturas, minería y combustibles. También indican que, en el primer semestre del año, los valores de exportaciones e importaciones de bienes habrían registrado caídas interanuales del 17% y 18%, respectivamente.

La rápida propagación de la enfermedad COVID-19 y las drásticas medidas de respuesta adoptadas por los Gobiernos han golpeado fuertemente a la economía mundial. Para contener la propagación del virus, los países de todo el mundo aplicaron medidas restrictivas en los principales puntos de acceso a sus territorios. Estas restricciones afectaron la logística del comercio internacional e incluyeron medidas sanitarias adicionales e inspecciones más rigurosas tanto de la carga y los equipos de transporte como del personal logístico que los opera, lo que ha incrementado los tiempos y el costo de operación del comercio exterior (CEPAL, 2020)

Según el Banco Mundial (2021) la región más golpeada por la pandemia de COVID-19 es América Latina y el Caribe (ALC) lo cual tendrá un impacto a largo plazo sobre las economías de la región. Posiblemente los menores niveles de aprendizaje y de empleo reduzcan los ingresos futuros, mientras que el elevado nivel de endeudamiento público y privado puede causar tensión en el sector financiero y frenar la recuperación.

En este orden de ideas, es notorio que el comercio internacional se afectó seriamente por la pandemia mundial de COVID-19, ya que generó efectos sin precedentes y produjo contracción de la producción y de la demanda de consumo en todos los países. Los gobiernos tomaron medidas para minimizar los efectos adversos de la pandemia y se evidenció que el comercio de servicios era fundamental para la recuperación de la economía mundial debido a la interconexión en la cadena de suministro y a su función como elemento facilitador del comercio de mercancías. (Calvo, 2021)

Seguirá la contracción en las ventas al exterior ante la evolución actual de la pandemia. No se prevé una recuperación del comercio exterior regional en el segundo semestre. Por esta razón, y según lo indica en su informe la CEPAL (2020), los efectos del COVID-19 en el comercio internacional y la logística; proyecta que este año el valor de las ventas al exterior de América Latina se contraerán un 23%, como resultado de caídas en precios, en un 11%, y en el volumen, en un 12%. Las importaciones, por su parte, mostrarían una caída del 25%, con una disminución del volumen en un 18%; se trata de cifras récord.

De acuerdo al destino, las exportaciones hacia Estados Unidos mostrarían este año una caída del 32% y hacia la propia región del 28%, mientras que los envíos a China, centrados en materias primas, caerían solo un 4%. Las mayores reducciones de valor se registrarán en minería, por una caída de los precios, y en petróleo, por menores volúmenes exportados, pero también en manufacturas, que tiene como principal mercado la misma región. Por el contrario, los productos agrícolas y agropecuarios mostrarán un mejor comportamiento, con un alza en su valor del 2%. (Garzón, 2020)

Sobre este contexto, el comportamiento de las exportaciones de bienes hasta mayo 2020 en América Latina, cayeron 17% entre enero y mayo de este año, en comparación con el mismo período de 2019 y mostraron una reducción de 8,6% en volumen y de 8% en precios. La Comunidad Andina registró la mayor caída promedio del valor exportado, en un 23%, debido al gran peso de los productos energéticos y mineros en su canasta exportadora (63%), que han sido los más afectados en sus precios. Los valores de las exportaciones del Mercosur mostraron reducciones del 12,4% en el mismo periodo. En Argentina y Brasil, las mayores caídas se presentaron en los sectores de vehículos, autopartes y productos químicos, que se vieron afectados por la menor demanda intrarregional, pero también en los combustibles. El mayor impacto en Uruguay se registró en las ventas agropecuarias y de manufacturas, que en algunos productos cayeron más de un 80%, en tanto que en Venezuela se debió a la disminución del precio del petróleo. En lo referido a las importaciones, entre enero y mayo de 2020 cayeron un 17,1%, debido a una baja de 12% en el volumen y de 5% en los precios. Para la CEPAL (2020) es alarmante la disminución de las compras externas de bienes de capital y de insumos intermedios (-14,5% y -13,6%, respectivamente), ya que, afectará la tasa de inversión y comprometerá la recuperación de la región.

A pesar de que la contracción comercial fue inferior y más breve respecto a las previsiones iniciales, esto se debió principalmente a la mejora de los precios de algunos de los principales productos básicos exportados por la región durante la segunda mitad de 2020. En ese período los volúmenes solo recuperaron una parte de la pérdida sufrida en los primeros meses del año. En el primer trimestre de 2021 el valor de las exportaciones de la región volvió a registrar variaciones interanuales positivas después de dos años de contraerse de forma continua. Nuevamente el principal impulso provino de los precios, mientras que los volúmenes continuaron contrayéndose (Giordano, 2021)

El anterior autor, Giordano (2021) destaca que se registró un notable repunte durante el mes de marzo del 2021, aunque esto se debe en parte a la comparación con el primer mes de pleno impacto de la pandemia en 2020. Sin embargo, la recuperación está limitada por las nuevas olas de contagios que generan incertidumbre y afectan más profundamente a algunos países de América Latina, en donde las campañas de vacunación avanzan lentamente y se han aplicado nuevas medidas de confinamiento.

Por otra parte, se aprecia que la pandemia no solo puso de manifiesto una mayor dependencia de los servicios en línea en diversos sectores, porque se desarrollan nuevos hábitos en los consumidores para poder cumplir con las medidas de distanciamiento social, también impacto sobre la inclusión social y económica, al ser la mayor parte del empleo femenino en todo el mundo el que desarrolla su trabajo en pequeñas y medianas empresas, especialmente en los países en desarrollo, caso que se evidencia también en América Latina (Calvo, 2021)

Sin embargo, el Banco Mundial (2021) propone que se debe poner en práctica y de manera inmediata reformas en el ámbito de la infraestructura, la educación, la salud, la política energética y la innovación, además de encarar los nuevos desafíos planteados por el cambio climático. A mediano plazo, será necesario recuperar la educación primaria para contrarrestar los años perdidos de aprendizaje y de acumulación de capital humano debidos a la COVID-19. Dar prioridad a los centros educativos más afectados, mejorar el uso de la tecnología para complementar la enseñanza, mejorar el seguimiento y la información de los resultados educativos y reforzar el liderazgo educativo.

En otro orden de ideas, no hay que dejar pasar por alto la importancia que tiene el medio ambiente en el comercio exterior, ya que el acceso a los mercados internacionales, está condicionado cada vez más al cumplimiento de normativas ambientales, esto de acuerdo a los objetivos de desarrollo sustentable. Las empresas que logren adaptarse y ajustarse a las exigencias ambientales, algunas certificadas ISO-14000, logran ventajas sobre sus competidores ya que estas normas condicionan el flujo de comercio exterior al constituirse como barreras arancelarias (Olmos, 2019)

También, la digitalización podría impulsar y transformar los servicios financieros, especialmente los sistemas de pago, un área en la que la región está rezagada. Las plataformas electrónicas podrían crear oportunidades de empleo incluso para las personas no calificadas y, al proporcionar información sobre las horas de trabajo y los ingresos, podrían respaldar la formalización del empleo. El comercio de bienes y servicios a través de Internet ofrece una oportunidad para una mayor integración con la economía global. (Banco Mundial, 2021)

Finalmente, el desarrollo de la región latinoamericana está ligado al comercio exterior, puesto que con la ayuda de los acuerdos comerciales existentes se genera dinamismo de la economía regional y global, y así proyectar la región hacia nuevos mercados.

CONCLUSIONES

- El comercio internacional se considera una parte muy importante del crecimiento económico global. Su nacimiento surge por la incapacidad de producir todo lo que una economía necesita para desarrollarse. No todos los países tienen todos los bienes, y aunque los tengan, no todos tienen todos los bienes de la mejor calidad. Su desarrollo implica muchos beneficios para la economía y su crecimiento.
- Con el comercio exterior se busca la integración económica de los bloques regionales o de países en un gran flujo de intercambio de bienes, servicios y capitales, que permita a cada país vender sus excedentes productivos y comprar los que sea incapaz de producir, tendiendo así al desarrollo global.
- El entorno económico internacional, como solución a la satisfacción de las necesidades de consumo, se generó a través del intercambio de importaciones y exportaciones; el cual creó un espacio adicional de beneficio al instaurar establecimientos comerciales fuera de las fronteras de su país origen (oficinas de representación), para luego constituirse en productores de bienes y servicios en el extranjero (inversión extranjera) y, finalmente, producir a través de las cadenas globales de valor (empresas globalizadas).
- El comercio internacional se caracteriza por intercambio de bienes económicos, la exportación, la importación, la obtención de divisas, regulaciones y acuerdos entre los países involucrados
- Las perspectivas futuras de América Latina dependen de la trayectoria de salida de la economía mundial de la crisis determinada por la pandemia, de los nuevos elementos de incertidumbre que están sacudiendo los mercados y de cómo los factores coyunturales y estructurales afectarán a los determinantes nominales y reales de los flujos comerciales de la región.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CEPAL. (2020). Los efectos del COVID-19 en el comercio internacional y la logística. Santiago de Chile: CEPAL.
- Atucha, A., & Gualdoni, P. (2018). El funcionamiento de los Mercados-Introducción a la Economía. Recuperado el 05 de Diciembre de 2021, de Universidad Nacional de Mar del Plata: <http://nulan.mdp.edu.ar/2879/1/atucha-et-al-2018.pdf>
- Banco Mundial. (2021). América Latina y el Caribe: Panorama General. Recuperado el 07 de Diciembre de 2021, de Banco Mundial: <https://www.bancomundial.org/es/region/lac/overview#1>
- Betancur, M. (2013). Inteligencia de Mercados. Entorno Global y Económico. Recuperado el 06 de Diciembre de 2021, de <https://es.slideshare.net/AnGeLiTaRaMiReZ1/el-entorno-cultural-n1>
- Calduch, R. (2017). Curso de Comercio Exterior. Recuperado el 06 de Diciembre de 2021, de Universidad Complutense de Madrid: <https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-55163/4comerint.pdf>
- Calvo, A. (2021). Economía internacional y organismos económicos internacionales. (3era Edición ed.). Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces S.A.
- CEPAL. (2020). Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe. Santiago: Publicaciones Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL),.
- Editorial Grumedi. (2018). Comercio Internacional. Recuperado el 06 de Diciembre de 2021, de Enciclopedia Económica: <https://enciclopediaeconomica.com/comercio-internacional/>
- EuroAula. (2019). 5 Características del comercio Internacional. Recuperado el 07 de Diciembre de 2021, de EuroAula Escuela Universitaria: <https://www.euroaula.com/es/5-caracteristicas-del-comercio-internacional>
- Fierre, M. (2020). Análisis del Entorno Económico. ESIC. ESIC Bussines & Marketig School.
- Garzón, M. (2020). El comercio internacional de América Latina registra una fuerte caída por el COVID-19. Recuperado el 07 de Diciembre de 2021, de BBVA:

<https://www.bbva.com/es/el-comercio-internacional-de-america-latina-registra-una-fuerte-caida-por-el-covid-19/>

- Giordano, P. (2021). Estimación de las Tendencias Comerciales América Latina y el Caribe. Banco Interamericano de Desarrollo(BID).Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe (INTAL).
- Hernández, R., & Fenández , C. (2014). Metodología de la Investigación (sexta ed.). México: Mc Graw Hill.
- Hernández, R., & Fernández, C. (2014). Metodología de la Investigación. México: McGraw Hill.
- Lerma, A., & Márquez, E. (2010). Comercio y Marketing Internacional. Cengage Learning.
- Losada, J., & Lopéz, R. (2003). Métodos de Investigación en ciencias humanas y sociales. Barcelona: Paraninfo- Thomson.
- Olmos, X. (2019). La sostenibilidad social en el comercio internacional. Santiago: CEPAL-Naciones Unidas.
- Ramos, M. (2021). Teorías Económicas de la Internacionalización: El contexto Epistemológico de la Expansión Empresarial. Revista Politécnico Grancolombiano .
- Ricardo, D. (1959). Principios de Economía Política y Tributación. México: Fondo de Cultura Económica.
- Smith, A. (1999). Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones (10ma ed.). México: Fondo de Cultura Económica.
- Tech school of business. (18 de Enero de 2021). Entorno Económico Global. Recuperado el 06 de Diciembre de 2021, de Facultad de escuela de negocios: <https://www.techtitute.com/ve/escuela-de-negocios/blog/entorno-economico-global>
- Urrosolo, M., & Martinez, E. (2018). Gestión Administrativa del Comercio Internacional. Madrid: Ediciones Paraninfo.
- Valbuena, P., & Montenegro, Y. (2017). Tendencias e investigación en negocios. Cuadernos Latinomaeicanos e Administración , XIII (25) 9- 18.
- Valencia, E. (2019). NEGOCIOS INTERNACIONALES VS COMERCIO EXTERIOR:. Recuperado el 07 de Diciembre de 2021, de Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Sede Esmeraldas: <https://repositorio.pucese.edu.ec/handle/123456789/2033>