

# ¿Comercio Exterior o Comercio Internacional? *Foreign Trade or International Trade?*

Ing. Abad Eduardo Palacios Dueñas <sup>1\*</sup>, Lic. Francisco Xavier Mata  
López <sup>2</sup>

1.\* Magister en Gerencia Educativa, Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa, Ecuador.  
Email: [abad.palacios@unesum.edu.ec](mailto:abad.palacios@unesum.edu.ec) ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3584-9253>

2. Magister en Administración de Empresas con Mención en Calidad y Productividad, Investigador Independiente, Ecuador. Email: [fxmata2015@gmail.com](mailto:fxmata2015@gmail.com) ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0434-5626>

Destinatario: [abad.palacios@unesum.edu.ec](mailto:abad.palacios@unesum.edu.ec)

Recibido: 26/Enero/2021

Aceptado: 27/Febrero/2021

Publicado: 31/Marzo/2021

**Como citar:** Palacios Dueñas, A. E., & Mata López, F. X. (2021). ¿Comercio Exterior o Comercio Internacional?. E-IDEA 4.0 Revista Multidisciplinar 2(6), 10-20. <https://doi.org/10.53734/mj.vol3.id153>

**Resumen:** El intercambio de bienes y servicios es una actividad fundamental para los seres humanos, permitiendo no solo la adquisición del producto o servicio, sino también diseminación de saberes, tecnologías, culturas, idiomas y religiones, contribuyendo al crecimiento y desarrollo de los países intervinientes, bien sea a través del mercado exterior o del mercado internacional. Sin embargo, a pesar de que esta actividad es un importante punto de convergencia entre ambos mercados, y a pesar de que las concepciones de ambos mercados son utilizadas como sinónimos, existen algunas diferencias epistemológicas que se tratan de discernir a lo largo de esta investigación. Para ello, se utilizó una metodología basada en el diseño bibliográfico de tipo documental, realizando una revisión y análisis de artículos científicos para indagar sobre sus teorías, ventajas, desventajas, semejanzas y diferencias, entre el mercado exterior y el mercado internacional. Obteniendo al final, algunas conclusiones al respecto que dan luz sobre el porqué de su uso sin distinción.

**Palabras Claves:** Mercado internacional, mercado exterior, economía, intercambio.

**Abstract:** The exchange of goods and services is a fundamental activity for human beings, allowing not only the acquisition of the product or service, but also the dissemination of knowledge, technologies, cultures, languages and religions, contributing to the growth and development of the intervening countries, either through the foreign market or the international market. However, despite the fact that this activity is an important point of convergence between both markets, and despite the fact that the conceptions of both markets are used as synonyms, there are some epistemological differences that we try to discern throughout this research. For this, a methodology based on the bibliographic design of a documentary type was used, carrying out a review and analysis of scientific articles to inquire about their theories, advantages, disadvantages, similarities and differences, between the foreign market and the international market. Obtaining at the last, some conclusions about why to use them without distinction.

**Keywords:** International Market, Foreign Market, economy, exchange.

## INTRODUCCIÓN

La evolución humana siempre ha tendido a mejorar sus condiciones de vida y en ese proceso juega un papel muy importante el intercambio de objetos para su supervivencia, bien sea por carecer de ellas o para realizar otras, este intercambio se realizaba inicialmente a través de trueque, es decir cambiar una cosa por otra, indica Iza (2019), las sociedades aborígenes implementaron el trueque como medio para facilitar sus relaciones de comercio; este sistema permitió generar una compleja red de mercados de intercambio.

Por su parte, para Artieda et al. (2017), el trueque es el sistema de comercialización que ha existido desde la aparición de las civilizaciones primitivas tanto nómadas como sedentarias, que han utilizado como mecanismo de subsistencia el intercambio de productos y que ha sido la base para los actuales sistemas de comercialización que utilizan el dinero a cambio de bienes o servicios.

Posteriormente fueron surgiendo otras formas de intercambio donde interviene el sistema monetario, según Sevilla (2015), la creación del dinero como herramienta de cambio ha permitido simplificar enormemente el comercio, facilitando que una de las partes entregue a cambio dinero, en vez de otros bienes o servicios como ocurría con el trueque.

Así entonces, el comercio es el intercambio de bienes y servicios, que contribuye al bienestar del ser humano que lo demanda, que puede ser realizado con cambios por productos del mismo valor, o por dinero. Para Equipo Editorial Etecé (2020), el comercio es toda forma de actividad económica consistente en el intercambio o la transferencia de bienes o servicios entre los distintos actores económicos posibles. Es una de las actividades humanas más antiguas y fundamentales para el establecimiento de las primeras economías, así como para el flujo y la expansión de las culturas.

Con base a su concepción, se puede asegurar que el comercio data de muchos años, algunos autores, como el Equipo Editorial Etecé (2020), coinciden en que las primeras manifestaciones surgieron durante el período neolítico, junto al surgimiento de las sociedades agrícolas y sedentarias donde a medida que la siembra maximizaba los alimentos obtenidos y permitía su acumulación surgió la posibilidad de intercambiar el excedente con otros productores, también se intercambiaron elementos culturales, fruto del roce entre los antiguos pobladores: idiomas, religiones, formas de pensar o información respecto a pueblos lejanos, entre otros.

Fue así como los grandes imperios antiguos, se convirtieron en centro del comercio de sus respectivas regiones, en los que convergían distintas rutas comerciales. Cada uno poseía su propia moneda que, además de reflejar su cultura y sus emblemas, servía de comodín

para facilitar el intercambio entre los productores y entre los comerciantes. Luego se fueron incorporando nuevas tecnologías como el pagaré o letras de cambios como formas de pago. Surgen también, los primeros bancos, mejorando las formas de pago y de resguardo del dinero.

Posteriormente, la expansión de los imperios europeos al mundo entero llevó consigo el mercantilismo y la necesidad de las naciones de controlar su actividad comercial, para enriquecerse y fortalecer sus Estados. Así, el comercio dio un gran salto y comenzó eventualmente a involucrar el flujo de mercancías de un rincón del mundo a otro, tornándose en una actividad internacional.

En la actualidad con el uso de las tecnologías el comercio permite esa transferencia de bienes y servicios de una manera más rápida y flexible. Gracias al crecimiento de las tecnologías, en los últimos años se está produciendo una nueva revolución en el comercio. La revolución online está cambiando el comercio, como era de esperarse, siendo uno de los grandes abanderados de esta revolución (Sevilla, 2015). La verdadera globalización del comercio llegó en el siglo XX, cuando la invención de Internet y las telecomunicaciones permitieron la compra y venta de bienes y servicios en tiempo rápido a lo largo del planeta. (Equipo Editorial Etecé, 2020)

Con base a todo lo anterior, la expansión del comercio a otros lugares fuera de su área o región, da pie a lo que hoy se conoce como comercio exterior y comercio internacional, donde ambos comparten la concepción básica de “intercambio de bienes y servicio”, pero que detrás de cada uno hay un mundo cognoscitivo basado en su naturaleza y estructura, y es acá que toma sentido esta investigación, a fin de aclarar las concepciones de cada mercado.

## MÉTODO

Esta investigación se realiza a través de una metodología documental, afirma Grajales (2000), la investigación documental es aquella que se realiza a través de la consulta de documentos (libros, revistas, periódicos, memorias, anuarios, registros, códigos, constituciones, etc.).

A través de esta metodología se pudo constatar que existe poca bibliografía que determinen las diferencias exactas entre el mercado exterior y mercado internacional, y esos pocos dejan entrever que ambos mercados tienen la misma concepción, siendo esta la razón por la cual existe una gran cantidad de textos, investigaciones o investigaciones referentes solo al mercado internacional.

A pesar de la limitante anterior, se pudo evaluar y obtener algunas aproximaciones epistemológicas que dan muestra de la cosmovisión de los autores.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Al realizar la revisión y análisis de los diferentes autores para esta investigación, se pudo constatar que existe autores que usan indistintamente la terminología mercado internacional y mercado externo, sin detenerse a pesar que detrás de cada uno, existe un marco epistemológico que los hace distintos.

Para Valencia (2019), ha existido confusión sobre la epistemología, competencias y ámbitos en los cuales se desarrollan estas carreras, si bien, ambas intervienen en los procesos económicos asociados a la globalización, estas son necesariamente complementarias para el aprovechamiento de los acuerdos o tratados internacionales a través de la compra y venta. De igual forma Servín y Cázares (2017), afirman que los términos comercio internacional y comercio exterior son confundidos y en muchas ocasiones se utilizan de manera indistinta, es por ello importante aclarar la diferencia.

A la luz de esta interesante convergencia se desprendieron algunos aspectos que se presentan a continuación.

### Respecto a las Teorías.

Según González, mencionado por García (2018), para comercio internacional existen tres categorías que agrupan de acuerdo al surgimiento, a las teorías propiamente dichas y/o modelos:

- **Teorías tradicionales.** Estas teorías parten de que el comercio está causado por las diferencias existentes entre países. Entre ellas se encuentran las siguientes:
  - Modelo de la Ventaja Absoluta de Adam Smith. Este modelo, defiende el comercio libre y sin trabas para alcanzar y dinamizar el proceso de crecimiento nacional e internacional. Viene dada por la poca regulación del comercio y permite que cada país puede especializarse en la producción de bienes en los que tiene una ventaja absoluta (manifestada en las ventajas naturales o estáticas del país y las ventajas dinámicas a adquiridas por el mismo).
  - Modelo de la Ventaja Comparativa de David Ricardo. Tiene como requisitos la diferenciación de que los costes son relativos, resultado de la comparación

del coste con los otros países y el otro requisito es la especialización de los bienes. Esta teoría mantiene que un país siempre obtendrá ventajas del comercio internacional, a pesar de que sus costes de producción sean más elevados para todo tipo de productos fabricados, debido a que dicho país tratará de especializarse en aquella producción en la que comparativamente es más eficiente.

- Modelo Heckscher-Ohlin. Los países se especializan en la exportación de los bienes cuya producción es intensiva en el factor en el que el país es abundante, permitiendo mejorar las ofertas y tiende a importar aquellos bienes que utilizan factores de producción en los que son más escasos.
- **La nueva teoría del comercio internacional.** Estas teorías se sustentan sobre la competencia imperfecta. Para Bravo (2018), la nueva teoría del comercio sostiene que en los sectores en los que economías de escala sólo da cabida a pocas empresas, los países predominan en la exportación de ciertos productos, porque tienen una empresa que fue la primera en moverse en uno de esos sectores, indica que el gobierno, mediante subsidios complejos y bien pensados, es capaz de incrementar las posibilidades de que las empresas nacionales entren primero en los nuevos mercados

Entre ellas se encuentran las siguientes:

- Teoría del Coste de Oportunidad, de G. Haberler. Se basa en el coste de oportunidad de un producto.
- Modelo de Competencia Monopolística, de Paul Krugman.
- **Los novísimos.** Estos han sido desarrollados recientes, incorporan las diferencias entre empresas. Entre ellas se encuentran:
  - Conclusiones de Bernard, Redding y Schott. Aumenta la productividad de toda la industria. La expansión de la producción de las empresas exportadoras implica un aumento de la demanda de factores y subida del precio de los inputs.
  - R. E. Baldwin y R. Forslid. La liberalización conlleva ganancias de bienestar.

Con respecto a las teorías del mercado exterior se tienen según Valencia (2019):

- **Teoría del ciclo del producto.** Esta se refiere a que un país se encuentra apto cuando ha alcanzado la madurez en el ciclo del producto en lo que respecta a calidad, bajos

costos, productos estandarizados, tecnología, mano de obra calificada, capital entre otros.

- **Teoría de la localización.** Esta teoría se refiere a la influencia que puede tener la ubicación de la empresa, considerando para ello tres elementos esenciales, que permiten la optimización de tiempo y costes en la producción de un bien, los cuales son la obtención de la materia prima, el tamaño del mercado y mano de obra; estos aspectos proporcionan la ventaja competitiva de precios en una empresa que compite al nivel internacional, es por eso que la localización de una fábrica se convierte en una estrategia que puede influenciar positivamente como negativamente según dónde está se encuentre posicionada.
- **Teoría de Heckscher Ohlin.** Mencionado anteriormente, acá surge una primera coincidencia con el mercado internacional, argumentando que esta teoría está marcada por la relatividad de los costes y la intensidad de las exportaciones e importaciones; en efecto los países tienden a especializarse en el mayor factor de producción que posea.
- **Ventaja competitiva nacional:** conocida como el diamante de Michael Porter. Por lo general se cree que cuanto mayor diversidad de recursos naturales tenga un estado podría poseer mayor ventaja competitiva nacional. Además, se aportó un determinante en este modelo que es la productividad, el modelo de diamante se forma con cuatro factores o condiciones de productividad, a saber:
  - Condiciones de los factores. Las creaciones de factores son esenciales para competir en un mercado amplio, no basta con poseer recursos, se debe contar además con mano de obra calificada, una infraestructura idónea e innovadora para suplir las necesidades de la firma. Al poseer dichos factores es necesario que la empresa sepa mantenerlos con la búsqueda constante de actualizaciones.
  - Condiciones de la demanda. La mayoría de las empresas toman con mayor relevancia a la demanda externa, sin embargo, para Porter, la demanda interna es la que define el carácter del mercado, es decir, son los consumidores locales que generan que las empresas desarrollen y mejoren su competitividad, porque cuanto mayor conocimiento tengan los consumidores internos, la demanda interna será más exigente, de mayor calidad de esta forma las firmas podrán reconocer las necesidades locales y satisfacerlas.

- Industrias relacionadas y de apoyo. Dentro de este factor son clave los proveedores que pueda tener una empresa para ser competitiva; en otras palabras, una firma que tenga proveedores de calidad y por su cercanía a estos ayudará a la optimización de su cadena de valor.
- Estrategia, estructura y rivalidad de las firmas. Las políticas gubernamentales son factor crítico para generar el ambiente idóneo para la creación, organización y sostenimiento de las empresas. Por otro lado, la competencia entre rivales locales impulsa el establecimiento y mejora de la ventaja competitiva, pues incentiva a las firmas a progresar, mejorar e innovar tanto como en la calidad de sus productos, precios, promociones e incluso aplicar estrategias de marketing.
- ***Teoría sobre el origen del intercambio desigual.*** Las ganancias del intercambio comercial deben ser equitativas para los países intervinientes, sean desarrollados o no, sin embargo, esto no ocurre, ya que en las naciones centrales al poseer un estado de bienestar que parcialmente es pagado por países en vías de desarrollo al momento de adquirir los bienes de los desarrollados y de este modo generan que los productos de ellos tengan precios relativamente más bajos precios.

Como se puede observar, tanto el mercado externo como el internacional, tiene sus bases epistemología que las sustentan y se complementan entre sí, algunas son aplicables en ambos mercados como sucede con la teoría de Heckscher Ohlin, otras son similares y acá yace una de las primeras conjeturas epistémica de los términos.

### **El comercio Exterior y el comercio Internacional**

Indica Vera (2015), que en la actualidad es aceptado utilizar los términos comercio exterior y comercio internacional como sinónimos, aunque hay ligeras variaciones. Por ello, resulta importante aclarar cuáles son esas ligeras diferencias. Sin embargo, otros autores como López (2018) indican que, muchas personas los utilizan el concepto de comercio internacional con el de comercio exterior, como sinónimos cuando realmente no lo son. Si bien es cierto que son conceptos parecidos con muchas cosas en común no son idénticos.

Por una parte, el comercio exterior es un factor clave en la actividad económica de cualquier país, por otra parte, el término comercio internacional es un concepto más amplio, pues abarca el flujo de relaciones comerciales internacionales, sin hacer referencia a un país en específico (Servín y Cázares, 2017).

Para López (2018), la diferencia entre comercio internacional y comercio exterior reside en la amplitud del concepto. El comercio internacional hace referencia al comercio



de todos los bienes y servicios a nivel mundial. Mientras, el concepto de comercio exterior suele utilizarse para mencionar las transacciones de un país frente al resto del mundo.

Vera (2015), contrasta los términos y manifiesta que el comercio exterior tiene un carácter nacional y está sujeto al derecho internacional privado, mientras que el comercio internacional tiene un carácter supranacional y se rige por el derecho internacional público.

Desde una perspectiva general, ambos términos coinciden que están basados en el intercambio de bienes y servicios. Pero el comercio exterior hacer referencia a ese intercambio comercial entre un país determinado y el resto de los países y esas transacciones quedan registradas en la balanza de pago, mientras que el comercio internacional además de esas transacciones comerciales toma también las transacciones económicas y financieras del país con el resto del mundo.

Por otra parte, el término comercio internacional es un concepto más amplio, pues abarca el flujo de relaciones comerciales internacionales, sin hacer referencia a un determinado país, como sucede en el comercio exterior. En la Tabla 1 que se muestra a continuación se presentan las diferencias más relevantes según los autores.

**Tabla 1**

Diferencias entre el mercado exterior y el mercado internacional

Comercio Exterior	Comercio Internacional	Autor
Transacciones comerciales de un país con el resto de países	Transacciones comerciales, transferencias unilaterales y movimientos de capitales e inversiones	Vera
Transacciones de un país con el resto del mundo	Comercio de todo los bienes y servicio en todo el planeta	López
Hace referencia a un país	No hace referencia a un país en particular, el flujo de relaciones comerciales internacionales	Servín y Cázares
Es un concepto acotado a un país	Es un concepto muy amplio	López
Derecho internacional privado	Derecho internacional público	Vera
Carácter Nacional	Carácter Supranacional	Vera

**Fuente:** el autor

De acuerdo con la información, tanto el comercio exterior como el internacional tienen como objetivo el intercambio de bienes y servicios, en favor económico y financiero de los países, siendo este otro punto coincidente. Pero su diferencia básica es el ámbito de alcance de cada uno, como se muestra en la Tabla 1, donde se denota que el comercio internacional tiene un mayor alcance que el exterior.



Ahora bien, en lo que respecta a la importancia, es indudable que ambos comercios tienen un fin común, que es el crecimiento y desarrollo de los pueblos. Sy Corvo (2020), afirma que cuando una entidad o persona compra más barato un producto o servicio de otro país, el nivel de vida aumenta en ambas naciones. Por su parte, Editorial-Grudemi (2018), indica que la importancia radica encubrir las necesidades de los países involucrados, buscar su beneficio mutuo al intercambiar productos.

Otro punto de coincidencia entre ambos términos son las razones que tienen los países para importar bienes y servicios, según Sy Corvo (2020), son:

- Precios: los países que se especializan en la producción de bienes en los que tenga una ventaja de costos pueden mejorar las ofertas de precios para la importación
- Existen países cuyas empresas, debido a la competencia que existe ofrezcan productos y servicios de una mejor calidad.
- Cuando la demanda es mayor que la oferta local, es necesario importar para satisfacer esa diferencia existente.
- Cuando no se produce un producto a nivel nacional, se hace necesario importarlo para cubrir esa necesidad.

### *Ventajas del comercio Internacional*

La importancia del comercio internacional viene dada por todas las ventajas o beneficios que ofrecen a los países intervinientes, algunos autores como (Sy Corvo 2020; Huesca 2019; Quevedo et al. 2020; Castañeda 2019), indican las siguientes ventajas:

- Estimulo en la ventaja comparativa, dado a un país para que se especialice en producir solo aquellos bienes que puede entregar de manera más efectiva y al mejor precio, después de tomar en cuenta el costo de oportunidad.
- Participación en la economía de escala, lo cual implica que cuando un país vende sus productos a nivel mundial, tendrá que producir más que si solo vendiera en el mercado local, lo cual implica que el costo de producir cada artículo se hace menor.
- Promover la competencia, a fin de mejorar los precios y la calidad. Si los proveedores tienen más competencia, trabajarán más para así poder vender al

precio más bajo y a la mayor calidad posible, contribuyendo a que los consumidores se beneficien al tener más opciones y productos de alta calidad.

- Incremento de la transferencia tecnológica, desde el autor o dueño de la tecnología hasta un usuario secundario, siendo ese usuario secundario, a menudo un país en desarrollo. Además, las empresas obtienen más experiencia y exposición para desarrollar y adoptar tecnologías y estándares de la industria de sus competidores extranjeros.
- Generación de empleos, de manera directa o indirecta, mejorando así el crecimiento y desarrollo de los países.
- La integración favorable entre los países contribuye a un mayor beneficio en el comercio.

### *Ventajas del comercio exterior*

Las ventajas que ofrece el comercio exterior marca la importancia que tiene para los países involucrados, para Sevilla (2015), algunas de esas ventajas son:

- Estimula la economía de los países, aumenta la oferta de bienes y la producción.
- Promueve el crecimiento de sectores agrícolas, comerciales e industriales. Lo que por ende provoca que se generen más empleos.
- Apertura comercial, con la firma de acuerdos bilaterales y multilaterales, brinda la oportunidad a las empresas de acceder a una mayor oferta y demanda. Además, fortalece los vínculos diplomáticos.
- Permite a los países reducir las limitaciones en la disponibilidad de materiales. Así como de materias primas, insumos y bienes terminados.
- Estas economías tienden a generar acuerdos comerciales más sólidos.
- Genera mayor intercambio cultural y lazos de amistad.
- Acceso a materias primas, con esto se puede evitar ser afectado por acciones políticas al contar con abastecimiento de un socio comercial.
- Con acuerdos bilaterales entre socios comerciales, la probabilidad de imposición de medidas proteccionistas disminuye, lo que permite que se

aproveche más la ventaja comparativa, permitiendo que los precios sean más atractivos a los usuarios.

- Los consumidores podrán acceder a mayor diversidad de productos con el acceso a otros mercados. Esto podría suponer una mejora tanto en precio como en calidad para los compradores.
- Hay mayores oportunidades para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos. Se crea empleo y producción. Aumentando las posibilidades de alcanzar el desarrollo económico.
- Promueve la especialización, cuando aumenta la demanda de un producto en particular, el país productor tiende a especializarse y mejorar la fabricación.
- Mejora la competencia, permitiendo que las empresas nacionales mejoren su tecnología de producción, procesos de producción y calidad de los productos. Lo que incluso es bueno para el consumidor, pues hace que pueda adquirir una mejor calidad y con un precio competitivo.

Tanto el mercado exterior como el mercado internacional tienen algunos puntos de convergencia los cuales se resumen:

- Los países o empresas que participan en el comercio exterior o internacional son vulnerables a los eventos mundiales. Siendo así, un evento desfavorable puede afectar negativamente la demanda global de un producto. Por ejemplo, la pandemia por Covid-19 que ha afectado la economía mundial, generando grandes pérdidas económicas a las organizaciones que depende sobre manera de las importaciones o exportaciones. Indica en el informe de la CEPAL (2021), “la rápida propagación de la enfermedad por coronavirus (Covid-19) y las drásticas medidas de respuesta adoptadas por los Gobiernos han golpeado fuertemente a la economía mundial”
- A las empresas nuevas que no tienen muchos recursos y experiencia les resulta mucho más difícil crecer si tienen que competir contra gigantescas corporaciones extranjeras.
- Si un país depende excesivamente de las importaciones para sus industrias estratégicas, corre el riesgo de mantenerse a expensas de los exportadores, pudiendo no ser del interés nacional.

- Promueve el intercambio de distintos bienes y servicios que puedan faltar en determinada nación o simplemente necesite refuerzo, contribuyendo así a su sustento y desarrollo.
- Se involucran diferentes monedas extranjeras para cancelar los productos, permitiendo la diversidad monetaria. Con ello, cada país puede obtener distintas monedas y divisas que al mismo tiempo le permiten llevar a cabo distintos proyectos en su país. Además, le posibilita poder seguir participando en el mercado internacional y adquirir productos con esa moneda.
- Los productos durante los procesos de traslado, por las distancias, el medio y el tiempo. que pueden sufrir de algunos eventos no deseados por lo que se deben considerar los riesgos los productos durante el traslado.
- Las importaciones y exportaciones están reguladas por cuotas y disposiciones de la autoridad aduanera de cada país. Es así, como el gobierno de un determinado país, otorga el permiso para las importaciones y las exportaciones, pudiendo influir en la decisión sobre los países con los que se realizará el comercio.

## CONCLUSIONES

Una vez revisada y analizada las posiciones de los diferentes autores consultadas a través de estudios, informes y artículos científicos, se puede afirmar que tanto el comercio exterior como el comercio internacional, son fundamentales para el crecimiento y desarrollo de los países, que no solo intercambian bienes y servicios, sino que, además permiten el intercambio de culturas, educación, relaciones políticas y diplomáticas, entre otros.

Además, esta revisión bibliográfica también permitió ver el hilo de separación que existen entre ambos comercios, con ello se pudo llegar a algunas aproximaciones epistemológicas tales como:

- El mercado exterior tiene un ámbito de acción menos extenso que el mercado internacional, debido a que está demarcado a un país, donde las transacciones comerciales tienen un carácter más privado, mientras que el comercio internacional abarca también las transferencias unilaterales, movimiento de capitales e inversiones y tiene independencia sobre de gobiernos e instituciones nacionales.

- Con respecto al derecho internacional el mercado exterior viene caracterizado por el derecho internacional privado, indica Vera (2015), esto es porque las relaciones comerciales, suceden entre residentes de países. Mientras que en el comercio internacional suceden entre estados o entre un estado y particulares de otro país.
- Como consecuencia de las dos anteriores implicaciones, se puede inferir que el mercado internacional engloba el mercado exterior.
- Estos comercios generan movimientos muy significativos desde que inicia un proceso de transacción comercial, hasta su finalización, involucrando áreas que van desde la producción, la comercialización, el traslado, el aseguramiento de mercancías, la nacionalización de las mismas, entre otros actores económicos.
- Independientemente de la terminología ambos comercios deben buscar conforman un bloque comercial lo suficientemente fuerte a fin de que los países intervinientes en ellos puedan mantenerse en el tiempo en esos mercados, para ello deben mantenerse planes de adaptación, capacitación y actualización sus empleados en cuanto a tecnologías y nuevas normativas o leyes, indica Bonales y Gallegos, mencionado por Pardo y López (2019), que dentro del mercado global, es necesario prepararse para competir y así adaptarse a los nuevos esquemas de apertura, integración y normas de comercio.
- Se debe aprovechar algunas oportunidades que han surgido como consecuencia de la crisis financiera producida por el Covid-19 para el comercio, como es el de aprovechar la oportunidad para digitalizar los procedimientos, en el informe de la CEPAL (2021), se explica que dicha crisis constituye una oportunidad para acelerar la digitalización de los trámites asociados al comercio.
- Debido a son más las similitudes que existe entre ellas, especialmente en lo que respecta a la importancia para los países, las ventajas, características inclusive algunas teorías que la sustenta, es entendible la poca bibliográfica que existe para diferenciarles y es entendible que la que se encuentra hacen uso de ellas indistintamente, como si fuesen sinónimos. Sin embargo se debe tener claro las distinciones acá indicadas.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Artieda, J., Mera, R., Muñoz, M., & Ortiz, P. (2017). El trueque como sistema de comercialización-Desde lo ancestral a lo actual. *Revista Uniandes Episteme* , 4 (3), 288-300.
- Bravo, K. (2018). Las teorías del comercio internacional. (E. B. School; Productor) Recuperado el 07 de Diciembre de 2021, de [https://www. ealde. es/teorias-comercio-internacional](https://www.ealde.es/teorias-comercio-internacional).
- Castañeda, J. (2019). Controles riesgos y amenazas en el comercio internacional entre Colombia y Estados Unidos. Universidad Militar Nueva Granada, Facultad de Relaciones Internacionales, Estrategias y Seguridad, Cajicá.
- CEPAL. (2021). *Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe 2020*. Santiago: Naciones Unidas.
- Editorial-Grudemi. (2018). Comercio internacional. Recuperado el 07 de Diciembre de 2021, de Enciclopedia Económica: <https://enciclopediaeconomica.com/comercio-internacional>
- Equipo Editorial Etecé. (22 de septiembre de 2020). Comercio. Enciclopedia Conceptos .
- García, D. (2018). Las teorías del comercio internacional. Recuperado el 08 de Diciembre de 2021, de (EALDE Business School): [https://www. ealde. es/teorias-comercio-internacional](https://www.ealde.es/teorias-comercio-internacional).
- Grajales, T. (27 de 03 de 2000). Tipos de Investigación.
- Huesca, C. (2019). Comercio internacional. Red tercer Milenio.
- Iza, C. (2019). EL TRUEQUE EN LAS SOCIEDADES PREHISPÁNICAS DEL ANTIGUO ECUADOR. *Boletín Academia Nacional de Historia* , 96 (201), 53-81.
- López, F. (01 de Diciembre de 2018). Diferencia entre comercio internacional y comercio exterior. *Economipedia.com* .
- Mones, M. (15 de julio de 2021). ¿Qué es el comercio exterior? Definición y cómo funciona. Obtenido de Comercio y Aduana.
- Pardo, S., & López, C. (2019). El transporte de carga terrestre en el comercio internacional. Análisis comparativo entre Bogotá, Colombia y Santa Cruz de la Sierra, Bolivia. *Ensayos de Economía* , 89-114.

- Quevedo, M., Vásquez, L., Quevedo, J., & Pinzon, L. (2020). COVID-19 y sus efectos en el comercio internacional. Caso Ecuador. *Dominio de las Ciencias* , 6 (3), 1006-1015.
- Servín, P., & Cázares, I. (2017). Impacto de salvaguardas en el comercio exterior caso de estudio México-Ecuador en una empresa de electrodomésticos (Impact of Safeguards on Foreign Trade. Study Case: Mexico-Ecuador Appliance Manufact. *CEA* , 3 (5), 41-57.
- Sevilla, A. (07 de octubre de 2015). Comercio. *Economia.com* .
- Sy Corvo, H. (31 de Enero de 2020). Comercio internacional: historia, características, objetivo, importancia. (Lifeder, Productor) Recuperado el 07 de Diciembre de 2021, de <https://www.lifeder.com/caracteristicas-del-comercio-internaciona/>
- Valencia, E. (2019). Negocios internacionales vs comercio exterior: análisis comparativo y tendencias actuales. Pontífica Universidad Católica Del Ecuador, Escuela de Comercio Exterior . Esmeraldas, Ecuador: Trabajo especial de grado de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador para optar al título de Licenciado en Comercio Exterior.
- Vera, M. (2015). Información y gestión operativa de la compraventa internacional. *Ideaspropias*.