

6

ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN

NOTAS SOBRE LAS TEORÍAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL

NOTES ON INTERNATIONAL TRADE THEORIES

Fecha de recepción: 20-09-2022 | Fecha de aceptación: 19-10-2022

Autor :

¹Chosgo Tala Alfredo

¹ Docente del Departamento de Ciencias Comerciales y Sociales de la Facultad de Ciencias Integradas de Bermejo, dependiente de la Universidad Autónoma "Juan Misael Saracho"

Correspondencia del autor(es): alfredochosgot@gmail.com¹, Tarija - Bolivia.

RESUMEN

El comercio internacional es una disciplina que estudia el flujo de relaciones comerciales y financieros internacionales y en general todas aquellas operaciones, cualquiera sea su naturaleza, que se realicen entre países. Dentro de éste contexto la teoría del comercio internacional trata de analizar, explicar y predecir todas las actividades de intercambio comercial que ocurre entre dos o más países o regiones diferentes. Pretende encontrar las causas de las relaciones comerciales y estudiar sus efectos sobre la producción y el consumo, elementos que inciden en el Producto Interno Bruto (PIB) de los países involucrados.

En el presente artículo realizamos un pequeño resumen de las teorías más centrales que promueven y sostienen el Comercio Internacional; los clasificamos en teoría tradicional y teorías contemporáneas.

El objetivo es ayudar a los estudiantes y empresarios a explicar los conocimientos de algunas teorías que explican las ventajas y desventajas del comercio internacional, a fin de que puedan aprovechar mejor el mercado internacional, conocer su realidad y observar posibilidades de negocios de nuestras empresas.

ABSTRACT

International trade is a discipline that studies the flow of international commercial and financial relations and in general all those operations, whatever their nature, that are carried out between countries. Within this context, international trade theory attempts to analyze, explain, and predict all trade activities that occur between two or more different countries or regions. It aims to find the causes of trade relations and study their effects on production and consumption, elements that affect the Gross Domestic Product (GDP) of the countries involved.

In this article we make a brief summary of the most central theories that promote and support International Trade; we classify them into traditional theory and contemporary theories.

The objective is to help students and businessmen to explain the knowledge of some theories that explain the advantages and disadvantages of international trade, so that they can take better advantage of the international market, know its reality and observe business possibilities of our companies.

Palabras Claves: Comercio Internacional, Teorías del Comercio, Especialización, Producción a escala, Ventaja competitiva, absoluta, comparativa.

Keywords: International Trade, Trade Theories, Specialization, Scale Production, Competitive, Absolute, Comparative Advantage..

1. MARCO CONCEPTUAL

📖 **Economía internacional.** - Estudia los movimientos económicos que realiza un país con el resto del mundo, y que pueden ser de índole: comercial, financiero, tecnológico, etc. Economía internacional se refiere a todas las relaciones productivas, comerciales, financieras, monetarias, sociales y políticas que conforman el orden económico mundial. Estudia cómo interactúan diferentes economías en el proceso de asignar recursos escasos para la satisfacción humana. La economía internacional sirve como fuente de información para la toma de decisiones empresariales, el comportamiento económico de los diferentes países, le indica a las firmas, privadas y estatales, en cuáles mercados invertir y cuándo hacerlo. La economía internacional se divide en: a) Comercio internacional y b) Finanzas internacionales:

- **Las teorías de las finanzas internacionales** se centra en el aspecto monetario de las transacciones comerciales entre países, particularmente la balanza de pagos, el tipo de cambio, mercado internacional de capitales, etc..
- **Las teorías del comercio internacional** analizan, explican y predicen los resultados de las transacciones comerciales entre países, fundamentalmente las exportaciones e importaciones.



2. CARACTERÍSTICAS FUNDAMENTALES DEL COMERCIO INTERNACIONAL

2.1. DEFINICIÓN DEL COMERCIO INTERNACIONAL

El comercio internacional implica la compra, venta o intercambio de bienes y servicios en diferentes divisas y formas de pago. Estos intercambios entre distintos países o distintas zonas geográficas ha ido en aumento gracias a la liberalización comercial y a la eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias. Wikipedia

Dificultades: El comercio internacional no es fácil, en razón fundamental de que cada país es "soberano", promulga y aplica sus propias leyes de política económica, que aumentan o disminuyen las relaciones comerciales y financieras con el resto del mundo.

2.2. OBJETIVO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

Como toda ciencia, genera conocimientos para analizar, explicar y predecir la determinación de ganancias y riesgos de realizar un intercambio comercial (bienes y servicios) con diferentes países.

2.3. PROBLEMAS QUE RESUELVEN LAS TEORÍAS DE COMERCIO INTERNACIONAL

Las teorías de comercio internacional pretenden dar respuesta a las preguntas que a lo largo de la historia se han planteado sobre los intercambios comerciales: ¿Por qué los países realizan intercambios comerciales? ¿Son los países o las empresas las que llevan a cabo el comercio internacional? ¿Qué elementos contribuyen a elevar la competitividad de una empresa, una industria o de un país? ¿Pueden ser los recursos competitivos administrados por las empresas o los gobiernos en beneficio propio?, etc.

2.4. SUJETOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL

- i. **Estado.**— La participación del Estado ha evolucionado ampliamente a lo largo del tiempo, pasando por etapas que van desde la intervención "absoluta" en la actividad económica (el Estado intervencionista) hasta el de simple "observador" (estado liberal o neoliberal).
- ii. **Empresas.**— La empresa puede conceptuarse como la unidad de producción o de cambio (bienes y/o servicios) basada en el capital y que persigue la obtención de beneficios económicos mediante la explotación de la riqueza, publicidad, crédito, propiedad intelectual, etc.

3. IMPORTANCIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL EN LAS ECONOMÍAS

El **comercio** internacional es un motor de crecimiento que genera empleos, reduce la pobreza y aumenta las oportunidades económicas. El Grupo Banco Mundial ayuda a sus países clientes a mejorar su acceso a los mercados de los países desarrollados y aumentar su participación en la economía mundial.

El concepto de Producto Interno Bruto (PIB) define el nivel de riqueza de un país y su capacidad de crecimiento.

$$PIB = C + I + G + (X - M)$$

Donde:

C = Consumo; I = Inversión; G = Gasto de gobierno; X = Exportación; M = Importación

BC = Balanza Comercial = X - M; X > M implica BC > 0: superávit de la Balanza de Pago.

La importancia del comercio internacional radica en que cuando existe Superávit en la balanza comercial contribuye a aumentar la riqueza de los países (PIB).

$$\uparrow PIB = \uparrow f(X - M)$$

4. MODELO ECONÓMICO: LIBERALISMO Y PROTECCIONISMO

Existen distintas visiones o enfoques políticos respecto al comercio internacional: el proteccionismo (nacionalismo); liberalismo.

Proteccionismo: Su filosofía es: Intervenir el comercio internacional por parte del Estado. Tratar de comprar menos en el extranjero (Importar menos). Sustituir las importaciones. Apoyar al desarrollo de la industria nacional como motor de su desarrollo económico.

Liberalismo económico.— Su filosofía es: Hacer funcionar el comercio internacional, en base al libre mercado, donde el estado tiene poca participación. Las exportaciones e importaciones se mueven en función a los precios de mercado.

5. PRINCIPALES TEORÍAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL

Según Raquel González Blanco "las teorías del comercio exterior pretenden encontrar las causas de este fenómeno y estudiar sus efectos sobre la producción y el consumo".

Teorías clásicas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El mercantilismo: 	Preferencia a la exportación. Acumulación de metales preciosos. Proteccionismo.
	<ul style="list-style-type: none"> • Teoría de la ventaja absoluta: Adams Smith: 	Exportación e importación. Ganancia mutua. Especialización de cada país. Liberalismo económico.
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Teoría de la ventaja comparativa: David Ricardo 	Exportaciones e importaciones. Incluye bienes con desventaja absoluta. Ganancia mutua. Liberalismo económico.
Teorías neoclásicas	<ul style="list-style-type: none"> • Teoría de la dotación de factores productivos: Herhs y Olin 	Diversidad de los factores productivos. Mayor existencia menor costo.
	Teoría del tamaño del país	Mucha extensión y gran cantidad de recursos, genera autosuficiencia frente a pequeños países.
	Teoría de la semejanza entre países	Se realizan intercambios entre países de altos ingresos, tiene mercados similares, mucha demanda y oferta.
Teorías contemporáneas	<ul style="list-style-type: none"> • Teoría del costo de oportunidad. G. Haberler 	El trabajo no es el único recurso ni es homogéneo. Comercio se basa en el costo de oportunidad de un bien.
	<ul style="list-style-type: none"> • Teoría de la competencia monopolística: Paúl Krugman 	Comercio internacional entre países parecidos, en base a competencia imperfecta y economías de escala.
	<ul style="list-style-type: none"> • Teoría de la ventaja competitiva: Michel Porter 	5 factores del Diamante de Porter, que determinan el fracaso o éxito de la ventaja competitiva empresarial y nacional.

Tabla 1 Principales Teorías del Comercio Internacional

Fuente: Elaboración propia

5.1. EL MERCANTILISMO

El mercantilismo es un sistema político y económico basado en la idea de que los países son más ricos y prósperos mientras más metales preciosos puedan acumular. Wikipedia.

El mercantilismo y sus ideas se desarrollaron en Europa entre los siglos XVI y XVII y la primera mitad del siglo XVIII. Uno de sus pilares fundamentales fue la creencia de que los países que querían mantener una posición relevante en el contexto internacional y desarrollar su poder, debían acumular riqueza (principalmente en la forma de oro y otros metales preciosos). El mercantilismo, en resumen, se basa en tres características o ideas fundamentales:

1. La acumulación de riqueza (principalmente metales preciosos) es esencial para el desarrollo económico de un país. A mayor acumulación de riqueza, mayor prosperidad y poder político.

2. El Estado tiene el rol de utilizar e imponer todos los mecanismos que sean necesarios para lograr el objetivo de acumulación de riqueza (controles, restricciones, subsidios, etc.) Su intervención tendrá un carácter proteccionista, incentivando la producción local al mismo tiempo que la protege de la competencia de productores extranjeros.
3. El comercio a nivel global es inalterable. Para que el comercio ayude a la acumulación de riqueza se deben controlar los flujos de entrada y salida de modo de mantener una balanza de pagos positiva exportaciones superan a las importaciones.

Cómo funciona el mercantilismo.- Algunas de las medidas más importantes que se aplicaron para lograr el objetivo del mercantilismo fueron:

- ❏ Prohibición a la exportación de metales preciosos.
- ❏ Impuestos y restricciones a las importaciones.
- ❏ Subsidios, beneficios y facilidades a los productores locales (principalmente del sector agrario e industrial).
- ❏ Fomentar el crecimiento de la población trabajadora.
- ❏ Tender a una mano de obra barata que ayude al país a ser más competitivo a nivel internacional.
- ❏ Privilegios fiscales a las exportaciones y a la producción local.

Entre las ventajas del mercantilismo podemos destacar:

- ❏ Permitía tener bajo control el comercio exterior del país.
- ❏ En teoría hacía que la producción nacional fuese más fuerte y estuviera protegida frente al exterior.
- ❏ Favorecía la acumulación de metales preciosos como el oro.
- ❏ La balanza comercial del país tenía superávit.

Entre las desventajas más importantes del mercantilismo son:

- ❏ El impulso de los monopolios y los controles del Estado sobre los productos provocó subidas de los precios.
- ❏ Consolidación del contrabando.
- ❏ Acumular metales preciosos para aumentar la riqueza del país.
- ❏ Las colonias fueron sobreexplotadas para extraer metales preciosos.

Resumen: Se concibe que el mercantilismo se basa en el proteccionismo, el estado protege la economía del país, fomenta el desarrollo de industrias nacionales, alentando la exportación, controlando la importación; su defecto es la excesiva regulación del Estado, que termina autorizando las exportaciones e importaciones a ciertas empresas a llegadas al poder del estado. En el contexto actual de la globalización económica, este método es poco utilizado, dando lugar a las teorías del "Neo-mercantilismo" cuyo propósito es operar con balanzas comerciales positivas, con el objetivo de lograr objetivos sociales y políticos. Ejemplo China, que maneja el tipo de cambio, da subsidios, etc.

5.2. TEORÍA DE LA VENTAJA ABSOLUTA

Adam Smith (1776) publicó su famoso libro "La riqueza de las naciones", en el que atacaba la teoría mercantilista del comercio y propugnaba en cambio por el libre comercio como la mejor política para que la riqueza de las naciones del mundo se incrementara mutuamente. Smith sostenía que con el libre comercio cada país podría especializarse en la producción de aquellos bienes en los cuales tuviera una ventaja absoluta. Tiene su ejemplo clásico: que ningún jefe de familia trataría de producir en casa un bien que incurriera en un costo mayor que comprarlo. Si se aplicara este ejemplo concretamente a un país extranjero "A", se llegaría a la conclusión de que "A" podría proveer a otro país "B" de un bien más barato de lo que el país "B" pudiera producirlo. De esta manera se puede definir a la ventaja absoluta como la capacidad de producir un bien a un costo absolutamente menor medido en términos de unidades de trabajo. Ejemplo clásico:

Bien producido / País	A	B
X: qq de trigo por 1 hora/hombre.	6	1
Y: qq de azúcar por 1 hora/hombre	1	2

Tabla 2: Ventaja Absoluta

- ❏ El país A tiene ventaja absoluta en la producción del bien X

- ❑ El país B tiene ventaja absoluta en la producción del bien Y
- ❑ El país A debe especializarse en la producción de X (trigo) y el país B debe especializarse en la producción de Y (azúcar). El comercio internacional funciona entre A y B, donde ambos ganan.

Resumen: La teoría de la ventaja absoluta de Smith es obviamente correcta, pero no llega muy lejos, porque sólo explica una pequeña parte del comercio internacional y aparece la propuesta de David Ricardo.

5.3. TEORÍA DE LA VENTAJA COMPARATIVA

David Ricardo sostiene que el intercambio es posible y mutuamente beneficioso, aun cuando los países tengan desventaja absoluta en los dos bienes. Se trata de especialización en ventaja comparativa, en tal sentido, para David Ricardo, lo decisivo no son los costos absolutos de producción, sino los costos relativos, resultado de la comparación con los otros países. De acuerdo con esta teoría un país siempre obtendría ventajas del comercio internacional, aún cuando sus costos de producción fueran más elevados para todo tipo de productos fabricados, porque este país tenderá a especializarse en aquella producción en la que comparativamente fuera más eficiente.

Bien producido / País	A	B
X: qq de trigo por 1 hora/hombre.	6	1
Y: qq de azúcar por 1 hora/hombre	3	2

Tabla 3: Ventaja Absoluta

- ❑ El país A tiene ventaja absoluta en la producción de ambos bienes (X;Y)
- ❑ El país B tiene desventaja absoluta en la producción de ambos bienes (X ; Y).

La tabla 3 surge de la tabla 2, comparando los costos de oportunidad internamente, luego se compara con los costos relativos del otro país.

Bien / País	A	B
X: qq de trigo por 1 hora/hombre.	$3 / 6 = 0,5 Y/1X$	$2/1=2 Y/1X$
Y: qq de azúcar por 1 hora/hombre	$6/3=2X/1Y$	$1/2=0,50 X/1Y$

Tabla 4 Ventaja Comparativa (Costo Relativos de producción)

El país A tiene ventaja comparativa en la producción de X, porque internamente produce 2 qq/X por 1 qq/Y. El país B tiene ventaja comparativa en la producción de Y, porque internamente produce 2 qq/X por 1 qq/Y. Entonces, el comercio internacional funciona en base a la ventaja comparativa. Por ejemplo el país A puede vender (entregar) 1qq/X y recibir 2qq/Y (cuando internamente recibiría solo 0,5 qq/Y) gana 1,5 qq/Y. El país B puede vender (entregar) 1 qq/Y y recibir 2 qq/X.(cuando internamente recibiría solo 0,5 qqX) gana 1,5 qq/X)

El país A debe especializarse en la producción de X y el país B debe especializarse en la producción de Y. Por tanto, el comercio internacional funciona y es beneficioso para ambos.

Causas de la ventaja comparativa: Los economistas señalan frecuentemente tres factores como determinantes de que un país posea ventaja comparativa en la producción de un determinado bien:

- ❑ **Diferencias de clima y recursos naturales entre los distintos países.** Que implica especialización en distintos productos.
- ❑ **Diferencias de tecnología y especialización** A veces diferentes países tienen similares dotaciones iniciales de factores de producción, pero debido a la especialización de décadas o la propagación de pequeñas innovaciones tecnológicas y organizativas tienen ventaja en ciertos productos.

Algunos supuestos básicos de la ventaja comparativa:

- ❑ El valor de un bien se determina por el número de horas que incorpora el trabajador.

- 📄 No hay costes de transporte.
- 📄 Existe competencia perfecta en todos los mercados y en todos los países.

Resumen: El comercio internacional funciona en base a la ventaja comparativa siempre y cuando la capacidad de una economía o país para producir un bien o servicio a un precio menor en comparación con otros. Esta se utiliza para explicar por qué las empresas, países o mismos inversionistas pueden beneficiarse del comercio internacional. En este sentido, puede potenciar su comercio exterior

5.4. TEORÍA DE LA DOTACIÓN DE LOS FACTORES DE PRODUCCIÓN (TEORÍA DE HECKSCHER-OHLIN)

El modelo de Heckscher-Ohlin es un modelo utilizado para conocer el funcionamiento de los flujos de comercio a nivel internacional. Este modelo asume las teorías de la "ventaja comparativa" de D. Ricardo, ofreciendo una explicación científica. En este sentido, el modelo contempla que, mientras el comercio internacional puede explicarse, en parte, por diferencias en la productividad laboral, pero también puede explicarse por las diferencias en la dotación de factores a lo largo de los países.

Argumento central de la teoría Heckscher-Ohlin, predice que cada país exportará el bien en cuya producción se utiliza gran cantidad de su factor relativamente abundante y barato, e importará el bien en cuya producción se utiliza gran cantidad de su factor relativamente escaso y costoso. Por ejemplo Canadá exporta productos forestales hacia Estados Unidos, no porque sus madereros sean más productivos

en relación a su colegas de Estados Unidos que otros trabajadores canadienses, sino porque Canadá, país escasamente poblado, tiene más tierras forestales per cápita que los Estados Unidos.

Lo expuesto demuestra que la exportación no siempre está basado en la mano de obra más productiva, sino de otros factores de producción, como la tierra, el capital y los recursos naturales. Esta situación se puede analizar para el caso de Bolivia, toda vez, que tiene abundantes recursos (como minerales, gas, tierra, mano de obra, etc.), en tal caso Bolivia debería exportar bienes donde se usa intensivamente los recursos productivos abundantes, porque estos tienen costos más baratos. En definitiva, el desarrollo económico de los países está basado en las exportaciones de los bienes cuya producción es intensiva en los factores productivos más abundantes y baratos, es decir, en la habilidad para lograr ventajas comparativas.

La teoría Heckscher-Ohlin se basa en los siguientes supuestos más principales se encuentran:

1. Hay dos naciones (1 y 2), dos bienes ("X" y "Y") y dos factores de producción (trabajo y capital).
2. Ambas naciones se sirven de la misma tecnología en la producción.
3. La mercancía "X" es intensiva en trabajo y la mercancía "Y" es intensiva en capital, en ambas naciones.
4. Hay competencia perfecta en los mercados de bienes y de factores en las dos naciones.
5. Pleno empleo y ausencia de los costos de transporte y movilidad interna de los factores



Figura 2 Características del modelo Heckscher y Ohlin

Fuente: Elaboración propia

País A	
Factor	Cantidad disponible
Trabajo	200
Capital	800

Bien	Cantidad de factor de producción por unidad de producto	
	Trabajo	Capital
X: Auto	6	12
Y: Trigo	10	4

Relación capital/trabajo:

País A: $800/200 = 4,0$ ----- Capital abundante en país A

País B: $500/700 = 0,7$ ----- Trabajo abundante en el país B

El país A debe exportar Autos porque tiene abundante capital e Importar trigo porque tiene escasez de tierras fértiles.

La conclusión general es: los países tienden a exportar los bienes cuya producción es intensiva en los factores en los que están dotados de forma más abundante.

Resumen: En la práctica existe muchas experiencias de países que planificaron su desarrollo, utilizando distintas teorías, así como combinando el libre comercio y crecimiento basado en exportaciones, fundamentada en la abundancia de sus factores productivos como ser la mano de obra, lo que implica que debía especializarse en la producción de bienes intensivos en trabajo; es decir, dado el nivel general de salarios bajos locales, la economía sería altamente competitivo en este tipo de bienes en el mercado mundial, si además le sumamos el manejo adecuado del tipo de cambio, pero sobre todo garantizando el predominio del libre comercio. Esta política es mas sustentable, que la política tradicional de algunos países emergentes en tratar de consolidar el proteccionismo con existo relativos, basado en la sustitución de importaciones y crecimiento liderado por el Estado.

5.5. MODELO DE COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA (ECONOMÍAS DE ESCALA)

a. Introducción

La teoría clásica del comercio de la ventaja comparativa trabaja con países diferentes, en mercado de competencia perfecta, con un comercio basado en rendimientos constante a escala y ausencia de movilidad internacional de factores.. La teoría de la competencia monopolística explica que el comercio internacional puede llevarse a cabo entre países similares y en un mercado de competencia imperfecta.

¿Puede haber comercio entre 2 países con igual productividad relativa y dotación de factores?.

Respuesta: **Sí. Porque** actualmente gran parte del comercio internacional se lleva a cabo por empresas que trabajan con economías de escala, se especializan en diferentes productos (diferenciación de productos) para satisfacer a sus clientes, trabajan en un mercado de competencia imperfecta, donde cada empresa monopolista establece su precio, por lo que sus ingresos depende de la cantidad que venden.

Paul Krugman (1979) sostiene que parte del comercio internacional, entre países parecidos (por ejemplo con abundancia de capital), es explicado por la existencia de la competencia imperfecta y de economías de escala crecientes, donde **"economías de escala"** significa que a mayores volúmenes de producción, menores costos, que generan mayor oferta y menor precio, beneficiando a los consumidores. La **"competencia imperfecta"** con la aparición de la **competencia monopolística**, donde las empresas imponen

sus propios precios y condiciones, por tanto, para lograr mayor utilidad se especializan y producen a gran escala, generando bajo costos y oferta diversificada.

b. Economías de escala

"Economía de escala, significa que a mayor uso de factores productivos se logra mayor volumen de producción, y a mayor volumen de producción los costos unitarios serán menores".

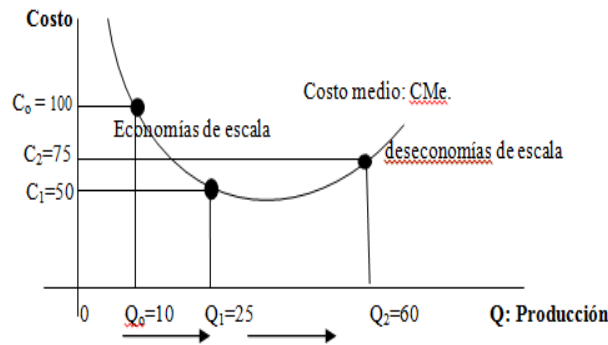


Fig. 2 Economías de escala

☐ Rendimientos crecientes a escala,

Se da cuando por ejemplo los factores productivos aumentan el doble y el volumen de producción aumenta el triple, esto porque aumenta la productividad de cada factor productivo. Ver tabla 4.

Factor Trabajo	Producto	PMeL
T	Q	Q / T
10	5	0,50
A) 15	7	0,47
B) 30	21	0,70

Tabla 4 Relación de factores (T) y productos (Q) en una industria hipotética

Fuente: Elaboración propia

La alternativa B es más productivo, porque produce 0.70 unidades de producción por una unidad de factor productivo versus alternativa A que su productividad es solo de 0,47.

☐ Tipos de economías de escala

i. **Las economías de escala** internas se producen cuando el costo unitario depende del tamaño de la empresa. El mercado tiende a mercado de **competencia imperfecta** (oligopolios y competencia monopolística). Ejemplo: El costo medio baja porque aumenta el tamaño o volumen de producción: ejemplo:

10 empresas x **100** aparatos = 1.000 aparatos.

5 empresas x **200** aparatos = 2.000 aparatos.

Competencia imperfecta: Muchos compradores y pocas empresas productoras. Cada empresa produce bienes diferenciados e influye en el precio. Para vender más, hay que bajar el precio (comportamientos estratégicos)

ii. **Las economías de escala externas** se producen cuando el costo unitario depende del tamaño de la industria. El mercado tiende a **mercado competencia perfecta**. Ejemplo:

10 empresas x 100 aparatos = 1000 aparatos (industria)

20 empresas x 100 aparatos = 2000 aparatos (industria)

Competencia perfecta: Muchos compradores y muchas empresas productoras.

Economías de escala externas: Bajos costos por aumento del número de empresas. Productos diferenciados. Cada empresa no influye en el precio de mercado, sino las acepta.

Es fundamental recordar que las economías de escala proporcionan a los países un incentivo para especializarse y comerciar incluso en ausencia de diferencias entre países en sus recursos y tecnología.

Cómo funciona:

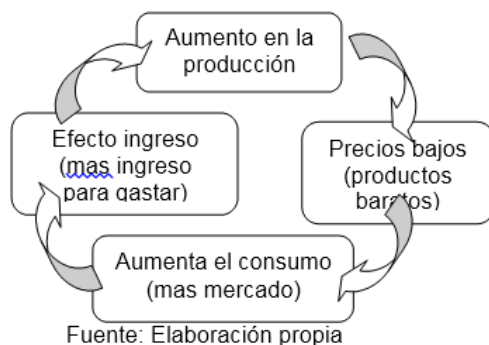


Figura 3 Economías de escala

La clave está en los costes fijos: Ejemplo:

El costo total: $CT = CF + CV = CF + c \cdot Q$

Donde CF: costo fijo; c: costo unitario;

Ejemplo:

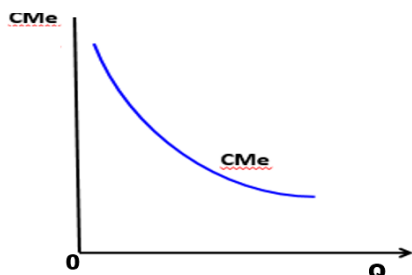
Presupuesto anual: $CT = 20 + 2 \cdot Q$

$$CMe = 20/Q + 2 \cdot Q/Q = 20/Q + 2$$

Cuando $Q = 10$ --- $CMe = 4$

Cuando $Q = 20$ --- $CMe = 3$

Cuando $Q = 40$ --- $CMe = 2,5$



Observación: El Cme se reduce a medida que aumenta la producción (Q)

c. Competencia monopolística

Oligopolio: Reducido número de productores con productos similares diferenciados mediante marcas (ejemplo: Autos); donde la acción de cada uno de ellos afecta a los demás; pero ninguno tiene la totalidad del mercado ni impone el precio, pero si influyen en el precio. El oligopolio es un mercado que se encuentra en una posición intermedia entre la competencia perfecta y el monopolio. En vez de competir forman el "cartel".

Competencia monopolística, cuando existe alto grado de competitividad entre cada empresa oligopolísticas.

Ejemplo: Según Krugman: Demanda de la empresa:

$$Q = S [1/n - b(P-PP)]$$

Donde: Q = ventas totales de la empresa

S = Ventas totales de la industria

n = Número de empresas

P = Precio establecido por la propia empresa

PP = Precio promedio establecido por los competidores.

b = Parámetro que mide la sensibilidad de la cuota de precio

$$CMe = n \cdot CF/S + c$$

Donde: CMe = Costo medio

CF = Copsto fijo

c = Costo marginal (o costo unitario variable)

n = Numero de empresas (Constante).

Se concluye que a medida que aumenta el volumen de producción de la industria el costo medio baja.

Si se compara dos mercados $S1 < S2$, los costos de S1 serán mayores a S2. Cambia su curva CC.

La curva P no varía porque $P = c + 1/b \cdot n$

Ejemplo:

$$Q = (S [1/n - (1 / 30.000. (P - PP)]$$

$$C = 750.000.000 + 5.000 Q$$

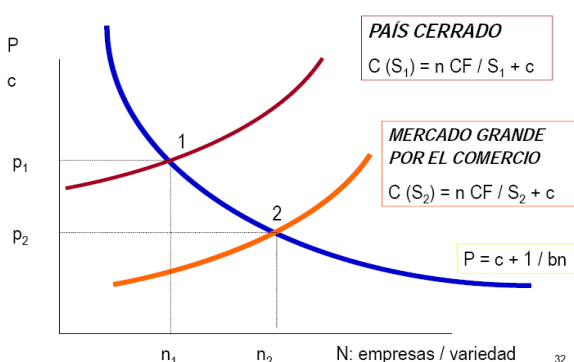
$$CMe = (750.000.000/Q) + 5.000 Q$$

$$P = c + 1/(b.n)$$

Con $n = 6$; $n = 8$

$$P = 5000 + 1/((1/30000).6) = 10.000$$

$$P = 5000 + 1/(1/30000).8 = 8.750$$



El consumidor prefiere a un mercado más amplio (aumento del número de empresas), porque aumenta la diversidad de bienes y bajan los precios.

Resumen:

- ☑ Un país grande puede ampliar su escala de producción sin renunciar a variedades. Pero uno pequeño tiene que elegir entre renunciar a ciertas variedades o a producirlas con costos mayores (decrecientes a escala).
- ☑ El comercio internacional hace posible a un país pequeño aprovechar las ventajas de producir a escala sin renunciar a la variedad.
- ☑ Cada país se especializa en producir mucho de unas pocas variedades. Importa el resto de variedades y exporta todo el exceso de producción que no consume el mismo.

5.6. TEORÍA DE LAS VENTAJAS COMPARATIVAS DE PORTER-

Michel Porter (1990). El Diamante de Porter. Expone los factores que influyen en el éxito o fracaso de la empresa en el ámbito nacional.

La teoría clásica del comercio internacional explica el éxito de las naciones como consecuencia natural de la dotación de factores con los que se cuenta: recursos naturales, trabajo y capital; los países se especializan en aquellos sectores donde tienen un uso más intensivo de algún factor. Sin embargo, para Porter (1999:170) la teoría clásica ha sido eclipsada en los sectores y países avanzados por la globalización de la competencia y por el desarrollo tecnológico.

Ventaja competitiva: Se entiende por ventaja competitiva a las características o atributos que posee un producto o una marca que le dan una cierta superioridad sobre sus competidores inmediatos.

Estrategia competitivas: Porter describe tres estrategias competitivas genéricas, que se diferencian en función de la ventaja competitiva que generan y el ámbito en el que compiten: 1. liderazgo en costos, 2. liderazgo en diferenciación enfocada a un segmento, y 3. segmentación de mercado con enfoque de costos bajos.

- a. Fuerzas competitivas de una empresa:

Aspectos claves de la ventaja competitiva de Porter en su negocio:

1. **Que de Resultados:** Debe ser única, innovadora y creativa.- La ventaja debe permitirle a la empresa tener los mejores resultados con respecto a sus pares dentro del mercado.
2. **Que sea Sostenible:** Es primordial que sea capaz de mantenerse durante un largo tiempo, eso hará que sea verdaderamente competitiva.
3. **Que sea Difícil de imitar:** No debe ser imitable, por lo menos, en corto plazo, ya que la competencia intentará copiar la ventaja competitiva y al lograrlo dejará de ser una ventaja para nuestra empresa.

Según Elena Bello (las 5 fuerzas de Porter). Las 5 fuerzas de Porter es un modelo analítico que ayuda a los profesionales del marketing y directores comerciales a observar el «equilibrio de poder» en un mercado entre diferentes empresas y a analizar el atractivo y la rentabilidad potencial de un sector empresarial.

“Estrategia Competitiva” muestra que el potencial de rentabilidad de una empresa viene definido por **cinco fuerzas**:

1. Amenaza de entrada de nuevos competidores
2. Amenaza de entrada de nuevos productos sustitutos
3. Poder de negociación de proveedores
4. Poder de negociación de consumidores (clientes)
5. La rivalidad entre competidores

Este modelo permite medir la competencia de una industria y, en el caso de las empresas, identificar mejores oportunidades.

- b. Determinantes de la ventaja competitiva nacional

El modelo de **Diamante de Porter** explica por qué alcanza el éxito una nación, un sector industrial o una empresa en particular, de acuerdo a cuatro **atributos genéricos** y dos **variables** relacionadas (factores casuales o fortuitos y acción del gobierno), los cuales conforman y determinan el entorno en que se ha de competir.

Los determinantes, individualmente o agrupados en un sistema, crean el contexto en el que nacen y compiten las empresas de una nación: la disponibilidad de recursos y técnicas necesarias para la ventaja competitiva en un sector; la información que determina las oportunidades que se detectan y las orientaciones con que se despliegan los recursos y las técnicas; las metas que persiguen los propietarios, directores y empleados que están interesados en la competencia o que la llevan a cabo y, lo que es todavía más importante, las presiones a que se ven sometidas las empresas para invertir e innovar. Según Michael Porter cuatro son los componentes o determinantes de la ventaja competitiva que conforman el diamante, los cuales se ilustran en la gráfica a continuación:

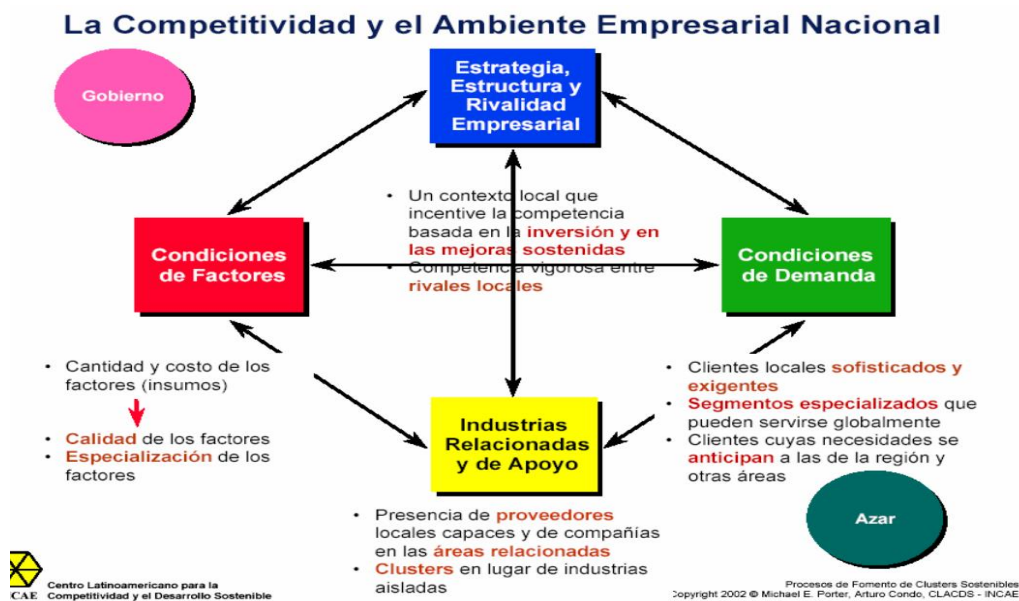


Figura 4 Los determinantes de la Ventaja Competitiva nacional

Fuente: Michael Porter. La Ventaja Competitiva de las Naciones

1. Condiciones de los factores. La posición de la nación en lo que concierne a factores de producción como el conocimiento, la mano de obra especializada o infraestructura necesaria para competir en un sector dado. También se incluyen factores como la calidad de la investigación o la liquidez en los mercados de valores y los recursos naturales como el clima, los minerales, el petróleo, los cuales podrían ser razones para crear una posición competitiva.
2. **Condiciones de la demanda en casa.** Se refiere a resolver la problemática siguiente: ¿Qué razones existen para un mercado exitoso? ¿Cuál es la naturaleza del mercado y cuál es el tamaño del mercado? Siempre existe una interacción entre las economías de escala, los costos del transporte y el tamaño del mercado interno.
3. **Sectores afines y de apoyo.**— El éxito de un mercado también depende de la presencia de proveedores e industrias relacionadas o afines dentro de una región. Proveedores competitivos refuerzan la innovación y la internacionalización. Si una organización tiene éxito, esto podría beneficiar a las organizaciones relacionadas o de soporte. Estas, pueden beneficiarse entre sí con respecto al conocimiento y animarse mutuamente produciendo productos complementarios.
4. **Estrategia, estructura y rivalidad de la empresa.** Las condiciones vigentes en la nación respecto a cómo se crean, organizan y gestionan las compañías, así como la naturaleza de la rivalidad doméstica. La rivalidad doméstica y la búsqueda continua de una ventaja competitiva dentro de una nación pueden ayudar a las organizaciones a lograr ventajas a escala internacional. También se considera como factor la participación del gobierno.

Ventaja internacional.— Las organizaciones pueden utilizar el Modelo Diamante de Porter para establecer cómo pueden traducir ventajas nacionales en

ventajas internacionales. Este Modelo sugiere que la base nacional en una organización juega un rol muy importante en la creación de ventajas a una escala global.

Resumen: El paradigma competitivo del siglo XXI:

La competitividad es un elemento orientado a mejorar la capacidad de venta (o acelerar las ventajas competitivas) de las empresas exportadoras del país en el mercado internacional. La competitividad toma la ventaja comparativa y le agrega los incrementos en la productividad (eficiencia) que generan la inversión en tecnología de producción, en la investigación y capacitación de los recursos humanos, que permiten más cantidad de producción y de mejor calidad. Así la competitividad está en función a precios bajos y políticas económicas adoptadas por los países (política comercial, políticas de tipo de cambio, políticas fiscales, políticas monetarias, etc.). Supone un mercado de competencia imperfecta.

6. EL ESTADO: CÓMO DEBE SER EL PROGRAMA DE AYUDA PARA EL COMERCIO INTERNACIONAL

De manera general se observa que el "Comercio Internacional" independientemente del factor de productividad, existen otros instrumentos de fomento a la exportación y mecanismo de inserción de un país al mercado internacional, que son ayudas del Estado en asuntos: Comerciales, Financieros y Fiscales. Comerciales: facilidades administrativas, información, publicidad o promoción, exposiciones y ferias internacionales. Financieras: créditos a la exportación, con tipos de interés muy bajos, tipo de cambio haciendo que los productos nacionales resultan más baratos en el extranjero. Fiscales: desgravaciones fiscales, devolución de impuestos y las subvenciones directas. <http://www.monografias.com/usuario/perfiles/opgrafica>.

Krugman y Obsfeld (2006) referente a la "Política comercial en los países en vías de desarrollo" señalan: La mayoría de los economistas coinciden que el éxito de las cuatro economías asiáticas está basado

en el libre comercio internacional, pero más por la aplicación de políticas comerciales orientadas hacia afuera, así por ejemplo:

- Salvo Hong Kong, el resto de los países asiáticos (Taiwan, Singapur y Corea del Sur) su crecimiento económico si bien depende del libre comercio, sin embargo, están apoyados por una política comercial basado en la sustitución de importaciones, subsidio o recompensa a las exportaciones, aranceles bastante importantes, cuotas de importación, préstamos a bajas tasas de interés y apoyo gubernamental para la investigación y desarrollo, y otras políticas que administran su comercio.
- Conclusión: a) Aunque existe una correlación entre un rápido crecimiento de las exportaciones y un rápido crecimiento económico global, la correlación no demuestra necesariamente que las políticas de libre comercio hayan sido la principal razón para el elevado crecimiento y b) Muchos economistas creen que el éxito de las HPAE (Economías Asiáticas de Altos Resultados), lejos de demostrar la eficacia de las políticas de libre comercio, representa de hecho un resultado del intervencionismo sofisticado. Políticas industriales incluían no solo aranceles, restricciones a la importación y subsidios a la exportación, sino también políticas más complejas, tales como préstamos a bajos tipos de interés y apoyo gubernamentales para la actividad de investigación.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Blanco, R. G. (2011). Diferentes teorías del comercio internacional. Información Comercial Española, ICE: Revista de economía, 858, 103-118.
- Comercio internacional. (2020, 17 de noviembre). Wikipedia, La enciclopedia libre. Fecha de consulta: septiembre 16, 2022. Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/Comercio_internacional
- Roldán N. (2017, 07 de junio). Mercantilismo. Economipedia [Internet]. Fecha de consulta: septiembre 20, 2022. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/mercantilismo.html>
- Requeijo, J. (1995.). Ideas y creencias en la teoría del intercambio internacional: El teorema de Heckscher-Ohlin-Samuelson. 16.
- Krugman, Paul y Obstfeld Maurice (2006). Economía internacional. Teoría y Política, edit. Pearson 7ª edición, Madrid, Pp. 742.
- Mihailovic Dejan, Alexis T. Dantas (2007). Desarrollo e integración. La nueva geopolítica de la economía global. Edit. Porrúa. México
- Zacarias J., Martinez A. C. (2008). Paul Krugman y el nuevo comercio internacional. Universidad Libre, Bogotá, D.C..
- Alejandro E. B. (2013). El papel de la Ventaja Competitiva en el desarrollo económico de los países. Edit. Análisis económico Núm. 69. Vol. XXVIII.
- Porter, M. E. (2008) The Five Competitive Forces That Shape Strategy. Harvard Business Review,
- Perez A. (2021, 07 de junio). Diamante de Porter, componentes usos y beneficios. OBS Business School [Internet]. Fecha de consulta: septiembre 22, 2022. Disponible en: <https://www.obsbusiness.school/blog/diamante-de-porter-componentes-usos-y-beneficios#:~:text=%C2%B-FQu%C3%A9%20es%20el%20diamante%20de,una%20empresa%2C%20sean%20realmente%20competitivos>