

TEORÍAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL

AUTOR: Carlos Rivera Marín



San Marcos

Introducción	3
Teorías del comercio internacional	4
Ventaja absoluta	5
Ventaja comparativa	6
Teoría de Heckscher-Ohlin	6
Teoría del ciclo de vida del producto	7
Nueva teoría del comercio internacional	7
Bibliografía	11

Cuando hablamos de comercio exterior y las diferentes concepciones, debemos tener presente que el desarrollo no ha sido ajeno a la evolución de la sociedad, en tanto se han incrementado las necesidades de fomentar el intercambio, la concepción de los beneficios y retos del comercio exterior.


Es en este sentido que en el presente apartado el estudiante encontrará un recorrido detallado por las diferentes teorías o formas de concebir lo que en cada momento de la historia se ha entendido como comercio exterior.

Con la lectura y estudio del presente módulo el estudiante podrá interiorizar como ha sido la evolución del comercio exterior, teniendo en consideración permanente que estas teorías responden a un momento específico de la historia, por ende, no se prioriza o intenta calificar una sobre la otra, cada una fue importante en su momento.

Sin embargo, lo que debemos tener en cuenta es la relación directa del comercio exterior con el desarrollo de las sociedades y prepararnos para, en un futuro cercano, entender el comercio exterior de acuerdo a lo que los nuevos retos en materia de intercambio comercial traerán asociados, por lo tanto, la pregunta que orientará este eje es: ¿Está Colombia integrada a las nuevas corrientes económicas mundiales, o por el contrario carece de participación en escenarios mundiales?

Finalmente, en este mismo referente se presenta de una manera clara el concepto de integración económica, las implicaciones y la forma de entenderla en el marco de una economía globalizada, destacando virtudes y previendo los retos que trae asociados, de manera tal, que el estudiante cuente con las herramientas necesarias para entender el contexto mundial y poder integrarse de manera que maximice los beneficios.

Teorías del comercio internacional



Es claro que cuando se piensa en los diferentes teóricos del comercio internacional, es importante situarlos en el marco de alguna de las corrientes filosóficas de pensamiento económico que observamos en el literal anterior. En este sentido, vale decir que se considera como la primera de las teorías de comercio internacional, lo relacionado con el mercantilismo, recordemos que esta corriente favorece la exportación sobre la importación y tenencia de bienes, pues la riqueza de una nación, se medía únicamente en función del tamaño de las arcas y la tesorería del Rey o Estado, por lo tanto, aunque se establecía el comercio internacional como motor de crecimiento y generación de riqueza, al mismo tiempo se obstaculizaba y ponían trabas a la importación de bienes, por lo que era pertinente contar con un Estado fuerte en capacidad de intervenir en las actividades comerciales.

En adición, existen otras teorías de interés que bien vale la pena mencionar y presentar una breve recopilación de los aspectos más importantes.

Ventaja absoluta

Esta teoría desarrollada por Adam Smith en el libro titulado *“La Riqueza de las Naciones”* (1776), establece la idea que cada país debe concentrarse en producir exclusivamente aquello en lo que tiene una ventaja absoluta, de esta forma especializar la producción y generar excedentes, los cuales posteriormente deberán ser exportados a países que los requieran, pues no son capaces de suplir las necesidades de estos bienes de forma autónoma, y por supuesto, con el recaudo obtenido (divisas), adquirir igualmente de otro país los bienes que le son necesarios.

De esta manera, tajantemente establece en teoría que un país no debe producir ningún otro bien que pueda llegar a ser adquirido a un menor costo en el mercado internacional.

Frente a esta idea, es necesario hacer un par de anotaciones: en primer lugar, se mencionan países como un todo y no se tiene en cuenta las amplias diferencias en el acceso a los factores de producción y

recursos disponibles con los que cuentan las diversas regiones dentro de un mismo país; de igual forma, es fácticamente imposible que un sólo país o región tenga el dominio y monopolio absoluto en la producción de algún bien, sino que los productores deben enfrentar una difícil competencia en los mercados por llegar al consumidor final en las mejores condiciones de competitividad; en tercer lugar, no se tiene en consideración aspectos logísticos fundamentales para el éxito de una operación de comercio internacional, puede darse el caso que por razones de transporte u otras contingencias de índole logístico, la ventaja que inicialmente se tenía en la producción de un determinado bien se erosione por completo, dejando al productor por fuera de cualquier oportunidad comercial; y finalmente, al observar con detenimiento esta teoría, se puede inferir que la misma no podrá hacer más que un acuerdo entre países para determinar que va a producir cada país, lo que a todas luces es carente de cualquier sentido en una economía como la actual.

Ventaja comparativa

Esta teoría que fue desarrollada por David Ricardo en su libro titulado *“Principios de Economía Política”* (1817), establece que cada país debe centrar esfuerzos en producir aquellos bienes respecto a los cuales tiene una ventaja comparativa con respecto a los demás productores. Por lo tanto, es en esta teoría en donde se introduce la idea de productividad en la producción, mismo concepto que nos acompaña hasta nuestros días.

Esta teoría puede considerarse como un desarrollo de la teoría de la ventaja absoluta, pues en ella Ricardo (1817), establece que aunque un país no tenga una **ventaja absoluta** frente a los demás, debe especializarse en la producción de aquellos en la que su ventaja sea mayor o su desventaja sea menor, pues es igualmente consciente que con la utilización de nuevos procesos o nuevas tecnologías, la brecha competitiva puede en algún momento reducirse, e incluso invertirse.

Sin duda, esta teoría plantea la posibilidad de tener un escenario de beneficios para todos, y es una primera aproximación de la mayor importancia a los conceptos de productividad y mejoramiento continuo, pues igualmente deja de lado aspectos claves en el desarrollo de las operaciones de comercio internacional, como por ejemplo, el supuesto que existen únicamente dos países y un número limitado de productos, establece de igual forma, el supuesto que existe libre mercado, sin restricciones al movimiento de mercancías, en tanto el factor trabajo permanece inmóvil y deja por fuera de toda consideración los aspectos y costos en materia logística.

Por tanto, es bajo esta óptica que se debe entender esta teoría, sin duda de importancia trascendental para la formación y el desarrollo del pensamiento económico de nuestros días.



Ventaja absoluta

Teoría del comercio exterior que se basa en la búsqueda de lograr la máxima especialización en la producción, previendo que cada país fabrique exclusivamente aquellos bienes en los que tiene una ventaja absoluta.

Teoría de Heckscher-Ohlin

Esta teoría desarrollada por Eli Heckscher en 1919 y por Bertil Ohlin en 1933 establece lo que se podría denominar un desarrollo de la teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo, pues en esta, los teóricos establecen que la ventaja comparativa de un país está en función de la dotación de factores de producción con que cada país cuenta. Recordemos que al hablar de factores de producción estamos haciendo referencia al trabajo, la tierra y capital, por tanto, el costo de los factores está dado por la cantidad del mismo, es decir, entre

más abundante sea el factor, menor será su costo. En este punto podríamos incluir como una nota al margen que igualmente es necesario tener en consideración la facilidad de acceso a cada factor.

De acuerdo a lo anterior, esta teoría establece entonces que un país estará en capacidad de exportar aquellos bienes en cuya producción se incorpora de manera intensiva el factor de mayor abundancia en su territorio, y deberá abastecerse del mercado internacional de aquellos bienes

en cuyo proceso productivo involucra de manera intensa los factores más escasos en su territorio.

Teoría del ciclo de vida del producto

A mediados de los 60, específicamente en 1966, Raymond Vernon propuso una nueva teoría que explicaría el comportamiento del comercio internacional. Para él no había duda que cuando se crea un nuevo producto, a causa de un desarrollo tecnológico o a causa de la implementación de nuevos procesos, la fábrica debe estar ubicada cerca a los centros de consumo con el fin de garantizar el fácil y competitivo acceso de los consumidores a este.

Ahora bien, cuando el nuevo producto es socializado y adquiere el gusto de los consumidores en otros países, esta nueva demanda debe ser suplida a través de las exportaciones, pero manteniendo el centro de producción estable geográficamente.

Sin embargo, con el paso del tiempo y gracias al accionar de la competencia, los productos tienden a estandarizarse, erosionando así las ventajas que inicialmente presentaba por novedad. Es sólo hasta este punto en donde se hace necesario trasladar el centro de producción a un nuevo lugar que brinde mejoras competitivas, esto es, a los países del tercer mundo, pues en la teoría, Vernon consideró que solamente los países adelantados eran los únicos en donde las innovaciones y nuevas creaciones de productos podrían darse.

Si bien, la concepción de esta teoría responde perfectamente al momento histórico, en la actualidad es necesario tener en cuenta

que no necesariamente con la creación de un nuevo producto, ocurre lo planteado por Vernon, pues bien puede darse el caso que este proceso innovador se de en un país desarrollado e inmediatamente el proceso productivo inicie en un país diferente, generalmente en vías de desarrollo. Así mismo es necesario tener en consideración la existencia de clúster o conglomerados empresariales, los cuales, si bien brindan amplias ventajas a los participantes en él, no necesariamente establece la obligatoriedad que todos los procesos de producción o desarrollo de investigación se realicen allí mismo, por lo tanto, gracias a la globalización, cada empresa tiene día a día, más abierta la posibilidad de establecer los diferentes centros de producción e investigación, acorde con las oportunidades del mercado, minimizando los costos y maximizando las utilidades.

Nueva teoría del comercio internacional

A partir de los años setenta, se inició una nueva forma de acceder a los mercados internacionales, apalancando en las economías de escala.

Este nuevo concepto originó que muchas industrias comenzaran a experimentar crecimientos importantes en los niveles de producción a consecuencia de la especialización y por ende la generación de escalas de producción, que son pieza fundamental en la aparición de grandes conglomerados empresariales, los cuales, al incursionar en un nuevo sector económico, de alguna manera y gracias a los rendimientos de las economías de escala, establecen ciertas barreras o condiciones de acceso de difícil cumplimiento para que nuevos competidores ingresen al sector.

Un claro ejemplo de esta nueva realidad se presenta, por ejemplo, en la industria de los aviones comerciales, en la elaboración de productos químicos, de camiones, neumáticos o de equipos electrónicos, en donde se registra una escasa presencia de compañías productoras, con altos niveles de competitividad y amplias dificultades o barreras para el ingreso de nuevos competidores.

De acuerdo con los expertos de esta teoría, los productores ya no cuentan como base para el desarrollo y crecimiento a la cantidad y facilidad de acceso a los factores de producción o alta productividad, sino por el contrario, la permanencia se debe a la existencia de altas barreras al ingreso que van relacionadas con importantes cantidades de recursos destinados a las actividades de investigación y desarrollo, en adición a contar o no, con generosos programas de apoyo gubernamental que se traducen en subsidios a las industrias ya instaladas.

Si bien esta nueva teoría establece una nueva concepción en la actividad comercial, desde el punto de vista del autor de este documento, se enfoca solamente, o tiene en consideración únicamente la realidad de los países desarrollados, dejando de lado aquellos países en donde precisamente son las pequeñas y medianas empresas las que son el motor del crecimiento y las exportaciones, las cuales aún se esfuerzan por permanecer de manera competitiva en el mercado y generan importantes iniciativas para el crecimiento, por ejemplo, el establecimiento de esquemas de clúster.

Teoría de la ventaja competitiva

En 1980, Michael Porter, economista, ingeniero eléctrico e ingeniero aeroespacial de nacionalidad norteamericana, en su libro titulado *“Estrategia competitiva:*

técnicas para analizar industrias y competidores” ha presentado una teoría enfocada al estudio de la denominada ventaja competitiva, definiéndose como aquella diferencial en cuanto a valor que una empresa puede generar en función de la satisfacción de los clientes.

De tal suerte que esta idea debe responder a dos preguntas básicas, en primer lugar, ¿Cuál es el valor que una empresa considera rentable para sí misma?, y a consecuencia de la misma pregunta, ¿Qué debe hacer esta empresa para encontrar y particularmente mantener este valor?

Para el autor de esta teoría, es perfectamente claro y entendido que una **ventaja competitiva** no se crea espontáneamente ni es capaz de crearse a sí misma, todo lo contrario, responde al accionar de la administración de cada empresa particularmente con relación a tres aspectos fundamentales, a saber:

- **Costos**

Hace referencia a la capacidad que tenga la administración en reducir la escala de costos a través de diferentes alternativas o estrategias, que van a depender de la posición competitiva de cada empresa.

Un ejemplo de esta situación lo encontramos en lograr acceso a materias primas a precios especiales, ya sea por volumen o negociaciones directas con los proveedores.



Ventaja competitiva

Teoría del comercio exterior que propone la especialización productiva solamente en aquellos bienes que cuentan con una ventaja respecto a los demás, o cuya desventaja es menor. Incorpora el concepto de competitividad.

- **Diferenciación**

Se refiere el autor frente a este concepto, a la necesidad que tiene cualquier empresa en lograr separar sus productos de los similares competidores del mercado, creando un valor adicional y diferencial frente a la competencia.

Para lograr tal objetivo, existe un infinito número de posibilidades, como por ejemplo lograr acceder a materias primas de mayor calidad frente a los competidores, o instalar un sistema de servicio al cliente que motive la decisión final del consumidor por el producto de la empresa.

- **Enfoque**

Hace referencia a la necesidad que tiene cualquier empresa en lograr, de una parte, identificar exactamente cuál es el nicho de mercado apropiado para el producto, que le genere mayores ingresos, y, de otra parte, establecer con total detalle las particulares necesidades que tiene el respectivo nicho de mercado.

Un ejemplo de lo que se debe entender por enfoque en el marco de esta teoría, se materializa cuando una empresa estudia una determinada área geográfica para la comercialización de productos, o por ejemplo con el lanzamiento de una línea exclusiva de productos con características particulares, con el fin en ambos casos de satisfacer las necesidades de los consumidores. A continuación, una síntesis de las teorías de comercio internacional en la figura 1.

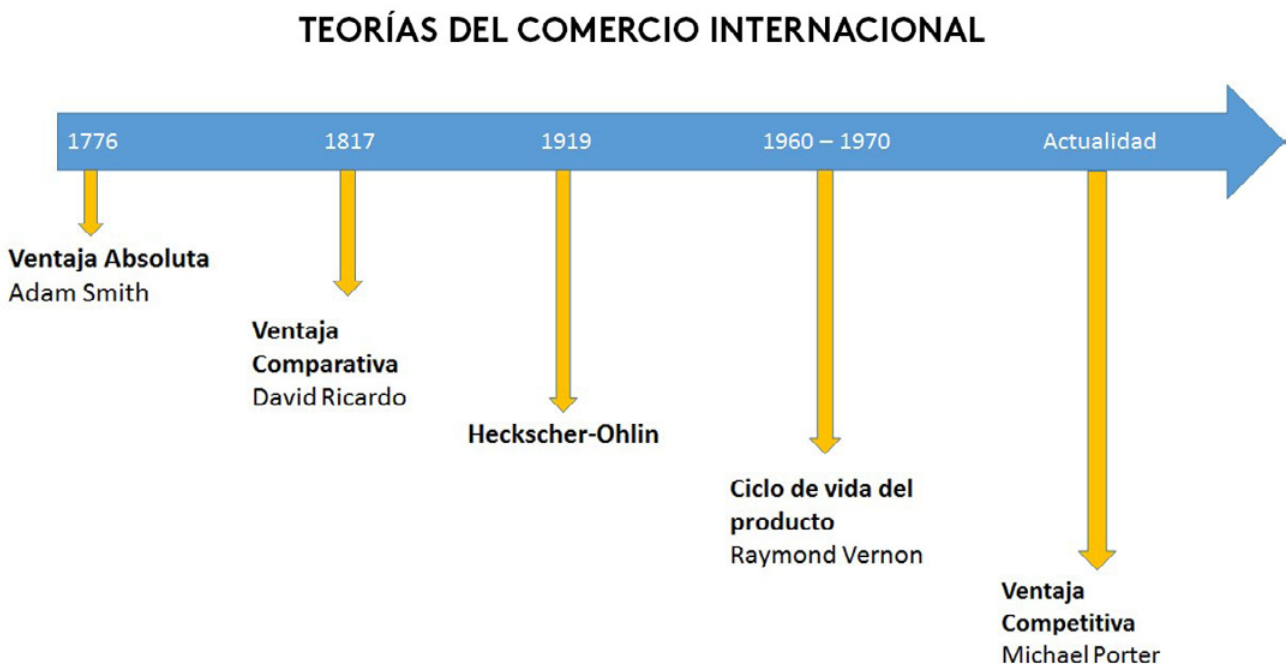


Figura 1. Teorías del comercio internacional
Fuente: propia



Instrucción

Con el fin de profundizar en cada una de las teorías del comercio expuestas anteriormente, se invita al estudiante a realizar la actividad de aprendizaje: pareo.

De igual manera, el estudiante está invitado a revisar el recurso de aprendizaje: nube de palabras.

García, L. [LuzGarcía]. (2016, marzo 5). Organizaciones internacionales en el comercio mundial [Archivo de video]. Recuperado de <https://youtu.be/s18Q1ke5FtQ>

Parra, O. (2012). Colombia procesos de integración en América Latina. Recuperado de: <https://www.upf.edu/integracionenamerica/PAISESMAPA/colombia/>

Iglesias, I. [Ignaciolglesias]. (2012, noviembre 21). Europa hacia la Unión Económica. Los pasos de la construcción europea [Archivo de video]. Recuperado de <https://youtu.be/aCIF0bLQiPc>.

Smith, A. (1776). La riqueza de las naciones. Recuperado de: <http://ceiphistorica.com/wp-content/uploads/2016/04/Smith-Adam-La-Riqueza-de-las-Naciones.pdf>

Ricardo, D. (1817). Principios de economía política. Recuperado de: <https://esepuba.files.wordpress.com/2009/03/david-ricardo-principios-de-economia-politica-y-tributacion-cap-1-y-2.pdf>

Porter, M. (1980). *Estrategia competitiva: técnicas para analizar industrias y competidores*. Madrid, España: Piramide.

Veron, R. (1972) International Investment and International Trade in the Product Cycle. *Quarterly Journal of Economics*, 80.

