

LA HIPÓTESIS DE LA VENTAJA ABSOLUTA Y LA NUEVA TEORÍA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

JAVIER PRADO DOMÍNGUEZ* Y PABLO DE DIEGO ÁNGELES**

L. LAS LIMITACIONES DE LA TEORÍA NEOCLÁSICA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

El conjunto de ideas que, en la actualidad, se aglutinan bajo la denominación de «nueva teoría del comercio internacional», se encuentra expuesto en diferentes trabajos de una serie de autores que pretenden estudiar el comercio internacional con unos planteamientos teóricos más próximos a la realidad que los empleados por el análisis neoclásico ¹.

Las nuevas ideas sobre el comercio son, ante todo, un cuerpo de doctrina positiva, que constituye un esfuerzo intelectual para explicar los factores subyacentes en la génesis del comercio y resolver el desfase teórico en que había incurrido el programa de investigación neoclásico.

¿Cuál es la idea central de la «nueva» teoría?. Esta puede resumirse en la premisa siguiente: la existencia del comercio internacional no se explica plenamente por la ley de la ventaja comparativa. Según dicha premisa, los países no necesitarían especializarse con el objeto de comerciar, exclusivamente, con los bienes en los que tuviesen ventajas derivadas del proceso de diferenciación productiva. La razón de que la ventaja comparativa no sea estrictamente necesaria para justificar el comercio internacional, estaría en la existencia de rendimientos de escala crecientes que harían ventajosa la especialización productiva.

* Profesor Asociado de Economía Política y Hacienda Pública de la UNED.

** Profesor Titular de Economía Política y Hacienda Pública de la UNED.

¹ Para el lector interesado en esta línea de desarrollo de la teoría, es interesante consultar el siguiente trabajo de síntesis: SMITH, Alasdair, (1994), «Competencia imperfecta y comercio internacional». Información Comercial Española, n° 725, enero, págs. 33-46.

El programa de investigación neoclásico sobre el comercio internacional terminó por admitir el supuesto de rendimientos de escala crecientes. Sin embargo, éstos se atribuían a la existencia de «economías» que podían ser internas o externas a la empresa y, en ambos casos, reducían los costes de producción de las mismas. No obstante, la existencia de economías internas a la empresa plantea problemas de coherencia con el supuesto de rendimientos constantes de escala. En este sentido, si la función de producción de la industria estuviese indicando rendimientos constantes de escala, la función de producción de la empresa puede mostrar, sucesivamente, rendimientos crecientes y, por tanto, continuar generando la habitual curva de costes medios en forma de U.

La fase inicial de rendimientos crecientes en la función de producción de la empresa se atribuyen a economías internas, tales como las producidas por la división del trabajo en el seno de la misma. Tarde o temprano, las economías internas se agotan dando lugar a rendimientos constantes y decrecientes de escala, que se atribuyen, principalmente, a la reducción del producto marginal del trabajo.

Ahora bien, si las economías de escala de la firma continuaran indefinidamente, se produciría la transformación del entorno de competencia perfecta en el que se desenvuelve la teoría neoclásica del comercio internacional. Con el paso del tiempo, una empresa que hubiera seguido la estrategia anterior, alcanzaría el tamaño necesario para estar en condiciones de suministrar todo el producto de una industria ².

En competencia perfecta, la curva de oferta de una empresa no existe en la región de costes medios decrecientes. Por tanto, si las economías internas de una empresa continuasen indefinidamente y, al mismo tiempo, la curva de coste medio tuviese una pendiente decreciente a lo largo de todo su recorrido, sería rentable para la empresa incrementar la producción indefinidamente, siempre que, a partir de un punto, la curva del coste medio se sitúe por debajo de la correspondiente al ingreso medio. Una empresa que siguiese esta estrategia a largo plazo, llegaría a tener el tamaño necesario para afectar al precio del producto y, por tanto, dejaría de ser un competidor perfecto ³.

² El argumento recoge de forma sintética el proceso de implantación global de las empresas multinacionales. La existencia de estas empresas es atribuida por la teoría neoclásica a la presencia de ventajas específicas de la empresa, capital humano y capital invertido, que dan a la multinacional una ventaja sobre sus competencias locales. Esta ventaja otorga poder de mercado a la empresa multinacional.

³ Muchos productos importantes del comercio internacional, como automóviles, productos electrónicos de consumo, etc., son producidos por empresas que tienen grandes cuotas de mercado. Por ejemplo, casi el 80% de los automóviles vendidos en la Unión Europea es producido por seis empresas. En Francia y España más del 70% de los automóviles vendidos fue producido por dos y tres empresas, respectivamente. La empresa multinacional explica un porcentaje creciente de la actividad económica internacional.

El supuesto de la duración indefinida de los rendimientos de escala crecientes debidos a economías internas es incompatible con la competencia perfecta y, por tanto, entra en contradicción con la teoría neoclásica.

¿Qué premisas introdujo el programa neoclásico para reconciliar la existencia de rendimientos crecientes con los supuestos de competencia perfecta?. La escuela neoclásica hizo uso del concepto de economías externas, que suponía que las curvas de costes de las firmas individuales se desplazarían hacia abajo a medida que se expandía el producto de la industria. La disminución de costes podía atribuirse tanto a una reducción del precio de los factores como a una mayor eficiencia de cada una de las empresas que componían la industria.

Las economías externas originadas por una disminución del precio de los factores se denominaron *pecuniarias* y las debidas a un aumento de la eficiencia recibieron el nombre de *tecnológicas*. Las economías externas pecuniarias no pueden observarse en el caso de factores primarios, tales como el trabajo y la tierra. La observación sólo es posible en el caso de los bienes intermedios y siempre que la industria oferente tenga la forma de un monopolio o participe de costes decrecientes en una situación de economías tecnológicas externas. Por tanto, en el primer caso, no se cumplen los supuestos de la competencia perfecta y, en el segundo, aparecen varias dificultades analíticas, cuya resolución requiere la adopción de supuestos específicos para el análisis de cada caso. Un buen ejemplo de esto es la exposición que suele hacerse en los manuales básicos de Economía sobre el comercio intraindustrial.

¿Cuáles son las dificultades que entran en contradicción con la teoría neoclásica?. En primer lugar, es posible demostrar que la economía no puede producir en la frontera de posibilidades de producción, aún cuando se asuman los supuestos de competencia perfecta. En segundo lugar, la tasa marginal de producción (la pendiente de la curva frontera de producción) ya no es necesario que sea igual a la relación del precio de los bienes. Finalmente, la frontera de producción no necesita ser cóncava respecto al origen de coordenadas; bajo los nuevos supuestos la curva frontera puede ser totalmente convexa respecto al origen o ser una combinación de regiones cóncavas y convexas. En este sentido puede decirse que el programa neoclásico sobre el comercio internacional se ha convertido en una elegante construcción teórica que, sin embargo, posee un «talón de Aquiles» situado en la evidencia empírica.

2. LA NUEVA TEORÍA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

La *nueva teoría del comercio internacional* nace de la constatación de una evidencia empírica que no estaba en consonancia con los supuestos teóricos del programa neoclásico. ¿Cuáles son los fundamentos teóricos de la «nueva teoría

del comercio»? En principio, la «nueva teoría del comercio» descansa en dos premisas básicas, la primera, es la existencia de los rendimientos de escala crecientes y la segunda es la confianza en que ciertos programas de actuación temporal, públicos y privados, puedan producir efectos a largo plazo en el desarrollo del comercio.

Adam Smith enunció claramente, aunque de modo no sistemático, una ley de rendimientos crecientes de escala en la producción de manufacturas que se conoce como la «hipótesis de la ventaja absoluta». Smith situó los rendimientos crecientes en un contexto explicativo de cómo hacía falta una cantidad de trabajo mucho menor para fabricar cada pieza «a consecuencia del perfeccionamiento de la maquinaria, de la mayor destreza y de una división y distribución más adecuada de la tarea»⁴. En esta afirmación el autor emplea dos argumentos distintos aunque complementarios: el perfeccionamiento de la maquinaria parece aludir a la ampliación del conocimiento que se presenta en el curso del desarrollo económico y que es atribuible a una combinación de inversión, tecnología, factor humano y organización industrial. El perfeccionamiento de la división del trabajo es, en cambio, una consecuencia del aumento del producto y puede ser conseguido dentro de un mismo horizonte tecnológico.

Por otra parte, las ideas sobre la eficacia de ciertos programas de actuación temporal, entre los que se pueden considerar incluídas las líneas de acción política, para influenciar el desarrollo del comercio a largo plazo, están presentes en el argumento de la «industria naciente» de Friedrich List⁵, que en una buena parte de los manuales básicos de Economía suele desarrollarse bajo el título de «industrias infantiles». Esta propuesta, aunque en principio parece favorable al proteccionismo, desemboca sin embargo en una argumentación a favor del libre comercio; buena prueba de ello es que John Stuart Mill aceptó los planteamientos de la industria naciente porque consideraba que funcionaban explícitamente dentro de la lógica librecambista⁶.

Ahora, uno podría preguntarse por qué se llama «nueva teoría del comercio internacional» a un programa de investigación cuyas premisas básicas se encuentran situadas en el núcleo de mayor raigambre de la literatura económica. Todavía en los años setenta, cualquier manual o libro de economía internacional especializado, carecía de cualquier referencia o reflexión sobre el papel de los rendimientos de escala crecientes en la explicación de las causas del comercio internacional. El paradigma neoclásico dominaba con tal intensidad la escena teórica que todas las causas del comercio eran atribuídas

⁴ El lector interesado en estas cuestiones fundamentales puede consultar a SCHUMPETER, J. (1954): «Historia del análisis económico». Editorial Ariel. 2ª Edición, Barcelona, 1982, págs. 803-810.

⁵ SCHUMPETER, J. op. cit.

⁶ SCHUMPETER, J. op. cit.

a las diferencias en los gustos, la tecnología o la dotación de factores, pero en ningún caso a la existencia de rendimientos de escala crecientes.

Por tanto, puede afirmarse que el nuevo programa de investigación intenta llenar la laguna existente en la concepción neoclásica de las causas del comercio internacional con la incorporación de los rendimientos de escala crecientes. Pero, si además se tiene en cuenta lo afirmado anteriormente en el epígrafe dedicado al programa de investigación neoclásico, dicha incorporación supone reconocer, por lo menos, las tres líneas de innovación siguientes.

- a) La incorporación de la organización industrial como elemento analítico, que permite situar el estudio del comercio internacional fuera del modelo neoclásico de competencia perfecta.
- b) La posibilidad de modelar el comercio sin tener que acudir, necesariamente, al esquema de la proporción de factores; este acceso rígido suponía el principal impedimento para el desarrollo de cualquier otro tipo de alternativa analítica.
- c) La eliminación de la distinción artificial que existía entre las economías externas puramente tecnológicas y las pecuniarias; esta distinción hacía extremadamente difícil la obtención de una evidencia empírica, que demostrase claramente el cumplimiento de los postulados asignados por la teoría a esas economías externas.

3. EL CONCEPTO DE COMPETITIVIDAD

El reconocimiento de las cuestiones anteriores no está en buena armonía con una teoría del comercio que pronosticaba un reparto internacional equitativo de los beneficios del intercambio a partir de un comportamiento estático de los factores productivos más sobresalientes de un país. Con el objeto de recoger ideográficamente la aproximación a las condiciones reales en las que se desenvuelve el comercio internacional, a finales de los años setenta, comienza a utilizarse el término *competitividad*. Sin embargo, la utilización del mismo en contextos analíticos y políticos diferentes ha ampliado el ámbito original y, por tanto, ha supuesto un enriquecimiento del significado de dicho término.

A mediados de los años setenta, las medidas estadísticas construídas con datos agregados o sectorizados del comercio internacional ponían de manifiesto la importancia de otras variables distintas de los precios o de los costes a la hora de explicar el desempeño competitivo de una economía abierta. Dichas variables formaban un conjunto extenso que abarcaba elementos tan destacados como la capacidad de innovación tecnológica, el grado de especialización productiva, las culturas empresarial y gerencial, las diferencias de productividad de los sectores

exportadores, la calidad de los productos objeto del comercio, la eficacia y cobertura de los servicios de post-venta, etc. Al principio de los años ochenta, dicho conjunto comienza a recibir por parte de la literatura un tratamiento exhaustivo y claramente imbricado en el ámbito microeconómico. Esta literatura se ocupa principalmente de las causas que determinan la capacidad de las empresas para captar nuevos mercados, siendo esas causas agrupadas bajo el término *competitividad*.

La competitividad se identifica con las aptitudes que permiten vender los bienes objeto de la producción. Por tanto, la empresa competitiva es un ente que obtiene una buena posición en la confrontación con sus competidores en los mercados nacional e internacional. En este contexto la competitividad es identificada con la capacidad de una empresa para conseguir, mantener o incrementar su cuota de participación en un mercado concreto. Esta caracterización posee dos rasgos conceptuales importantes:

— El primero indicaría el carácter comparativo del término «competitividad». Una empresa es competitiva solamente cuando es puesta en relación con el comportamiento de sus competidoras. En una economía global esta aptitud relativa se refiere a la capacidad de las empresas de un país (o de una zona agregada) para realizar el diseño, desarrollo, producción, comercialización y prestación de servicios post-venta de sus productos en competencia con las empresas instaladas, tanto en dicho país como en cualquier otro.

— El segundo supone un reconocimiento implícito de un entorno analítico que se aparta de los planteamientos de la competencia perfecta. El supuesto competitivo implica un reconocimiento de ciertas capacidades de la empresa para influir en las condiciones de competencia y diseñar acciones estratégicas particulares que influyen en los resultados obtenidos por la misma. Por tanto la empresa deja de ser un mero precio-aceptante o sujeto pasivo frente al mercado.

¿Qué grado de consenso ha logrado la literatura que se ocupa de la competitividad?. Puede decirse que ésta ha alcanzado un consenso amplio sobre los fundamentos microeconómicos que cabe otorgar al término competitividad, pero, al igual que sucede en otros muchos terrenos de la investigación económica, existen discrepancias a la hora de determinar la forma más correcta de medirla y delimitar el conjunto de factores que más influyen en la misma. Por tanto, existe un área abierta para que las investigaciones teórica y empírica determinen el conjunto de variables que definen el entorno microeconómico de la competitividad.

Aunque desde la perspectiva citada, el sujeto sea la empresa y los fenómenos que han de ser medidos por la literatura se deriven de la acción de la empresa en los mercados, sin embargo el término «competitividad» también puede ser aplicado al desempeño relativo de una economía nacional, ya sea referido a su conjunto, ya a sus industrias o sectores económicos. Esta utilización equivale a la proyección o traslación de un concepto de fuertes raíces

microeconómicas al ámbito agregado de la realidad macroeconómica, con el objeto de identificar la capacidad que un país demuestra para participar en los mercados internacionales. De acuerdo con dicha traslación, se puede definir la competitividad como la aptitud de un país (o de una zona agregada) para enfrentarse con éxito a la competencia en un entorno global. Por tanto la **globalización**, no sólo se refiere a la capacidad para exportar y vender en los mercados externos, si no también a la posibilidad de sostener o incrementar las cuotas de participación en el mercado interno frente a los demás competidores ⁷.

La definición anterior recoge el hecho constatado de que las innovaciones tecnológicas, principalmente las relacionadas con la información (microelectrónica, informática y redes de comunicaciones) y la utilización de nuevos materiales y aleaciones, unidas a la globalización de los mercados, han provocado importantes modificaciones en la división internacional del trabajo y en las formas de competencia en los mercados internacionales.

Una gran parte de las innovaciones y las ventajas competitivas asociadas a éstas sólo pueden ser utilizadas por grandes corporaciones que poseen una implantación mundial. En la actualidad, esta circunstancia alcanza una magnitud y vigor tan grandes que las formas de competencia características de un mercado concreto y las perspectivas de futuro de éste último, pueden sintetizarse en las dos variable siguientes: la importancia del comercio mundial y el peso de las empresas multinacionales. Además, la competencia por la captación de los mercados se ha visto agudizada en los países desarrollados por un contexto internacional en el que han aumentado significativamente la fluidez de los mercados financieros, la difusión generalizada de las tecnologías empleadas por los sectores industriales maduros, la homogeneización de las estructuras de consumo y la creación de zonas de libre comercio.

Finalmente, en los sectores industriales de mayor innovación tecnológica, la necesidad de incrementar la participación en los mercados, ha desarrollado nuevos modos de estrategia competitiva basados en la diferenciación del producto, la segmentación de los mercados, el diseño y la comercialización a gran escala, el contenido tecnológico de los productos y los servicios post-venta, que han supuesto un oscurecimiento de la capacidad explicativa de los factores de competitividad tradicionales, asentados sobre costes y precios (enfoque neoclásico o ricardiano ⁸).

⁷ El lector que quiera profundizar en las cuestiones relacionadas con la competitividad puede consulta: ALONSO, J. (1992): «Ventajas comerciales y competitividad: aspectos conceptuales y empíricos». Información Comercial Española, n° 705, págs. 38-76. También en KRUGMAN, P. (1994) «Economía Internacional». Mc Graw Hill.

⁸ Un buen ejemplo de la pérdida de significación es la falta de claridad interpretativa que tienen, actualmente, los índices de competitividad elaborados con precios y costes.

CONCLUSIONES

En este artículo se han analizado una serie de cuestiones fundamentales relacionadas con el hecho de que la teoría neoclásica o el modelo ricardiano del comercio internacional mediante la hipótesis de la ventaja comparativa, no tiene en cuenta aspectos muy importantes del comercio mundial y, frecuentemente, sus predicciones entran en contradicción con la realidad, tal y como se pone de manifiesto en la argumentación desarrollada.

El comercio intraindustrial, las economías de escala, la competitividad, el papel de las empresas multinacionales y su poder de mercado, los crecientes intercambios comerciales entre países con parecidas características económicas, etc., son algunos ejemplos reales de dichas contradicciones empíricas y que muestran el papel de los fundamentos microeconómicos en las líneas de investigación futuras sobre el comercio internacional.