



# PARKIN Economía

Decimoprimera edición

La información contenida en esta presentación es confidencial y está legalmente protegida, es posible que usted no esté autorizado para usar, copiar o divulgar todo o parte de la información expuesta.



# 7 LOS MERCADOS GLOBALES EN ACCIÓN

## Después de estudiar este capítulo usted será capaz de:

- ◆ Explicar cómo funcionan los mercados con el comercio internacional
- ◆ Identificar las ventajas implícitas en el comercio internacional, y señalar quiénes ganan y quiénes pierden en él
- ◆ Explicar los efectos de las barreras al comercio internacional
- ◆ Explicar y evaluar los argumentos utilizados para justificar las restricciones al comercio internacional

Los iPhone, los juegos Wii y las zapatillas deportivas Nike son sólo tres de los artículos que usted podría comprar y que no se producen en su país.

De hecho, casi todos los productos que adquirimos son producidos en el extranjero y transportados a los mercados nacionales en barcos o aviones de carga. Y esto no se limita a los productos; también ocurre por lo que se refiere a los servicios.

Todas las actividades relacionadas forman parte del proceso de globalización que está teniendo un profundo efecto en nuestras vidas.

¿Por qué llegamos hasta esos extremos para comercializar y comunicarnos con nuestros semejantes ubicados en lugares muy distantes?



## Cómo funcionan los mercados globales

En vista de que en un momento u otro establecemos relaciones comerciales con personas de otras naciones, los bienes y servicios que podemos comprar y consumir no están limitados a aquellos que podemos producir.

Las **importaciones** son los bienes y servicios que compramos a otros países.

Las **exportaciones** son los bienes y servicios que vendemos a otras naciones.



# Cómo funcionan los mercados globales

## Comercio internacional en la actualidad

Hoy en día el comercio global es enorme.

En 2011, las exportaciones e importaciones globales ascendieron a \$22,000 billones, cantidad equivalente a un tercio de la producción global.

En 2011, el total de las exportaciones estadounidenses fue de \$2,100 billones, es decir, más o menos 14 por ciento del valor de la producción de dicho país.

En 2011, el total de las importaciones estadounidenses fue de \$2,700 billones, equivalente aproximadamente a 18 por ciento del valor total del gasto de esa nación.

Los servicios representaron más o menos 33 por ciento de las exportaciones totales de Estados Unidos, y aproximadamente 20 por ciento del total de sus importaciones.



# Cómo funcionan los mercados globales

## ¿Qué mueve al comercio internacional?

La fuerza fundamental que genera el comercio entre las naciones es la *ventaja comparativa*.

La base de la ventaja comparativa son los distintos costos de oportunidad que tienen los diferentes países.

La *ventaja comparativa internacional* es la capacidad de una *nación* para realizar una actividad o producir un bien o servicio incurriendo en un costo de oportunidad más bajo que *cualquier otro país*.



## Cómo funcionan los mercados globales

El costo de oportunidad de producir una camiseta es más bajo en China que en Estados Unidos, así que China tiene una ventaja comparativa en la producción de dicho producto.

El costo de oportunidad de producir un avión es más bajo en Estados Unidos que en China; por consiguiente, Estados Unidos tiene una ventaja comparativa en la producción de aviones.

Ambas naciones pueden cosechar beneficios del comercio al especializarse en la producción del bien en el que tienen una ventaja comparativa, y luego intercambiarlo con otros países. Las dos naciones obtienen un beneficio.

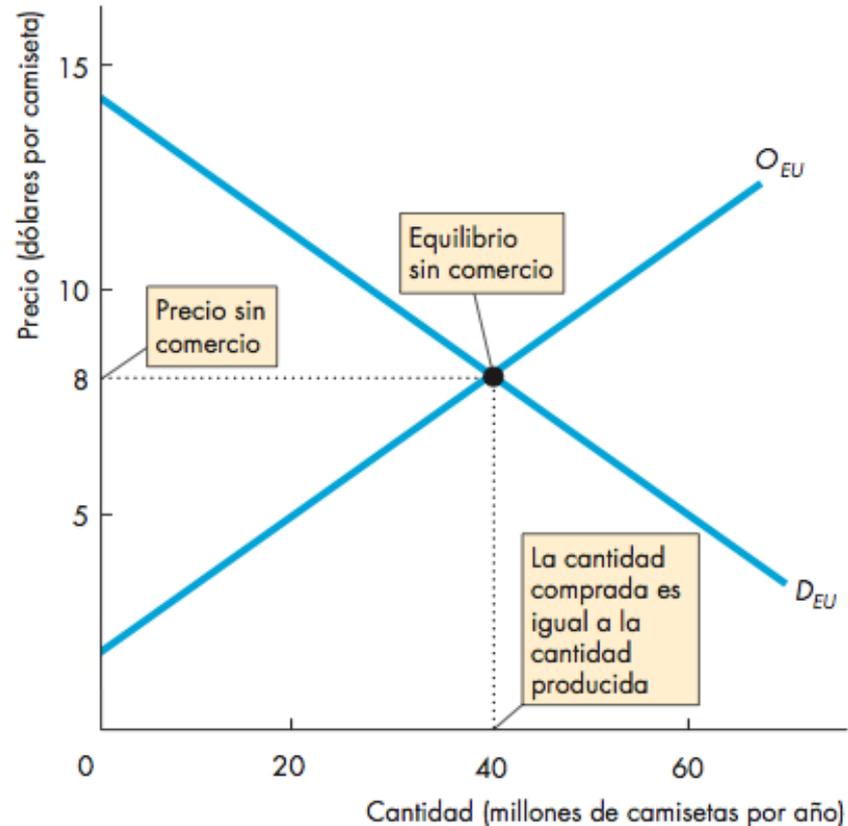
# ► Cómo funcionan los mercados globales

## Por qué Estados Unidos importa camisetas

La figura 7.1(a) muestra la demanda y la oferta de Estados Unidos en ausencia de comercio internacional.

El precio de una camiseta es de \$8.

Las empresas de EU producen 40 millones de camisetas al año, y los consumidores del país compran 40 millones de camisetas al año.



(a) Equilibrio sin comercio internacional

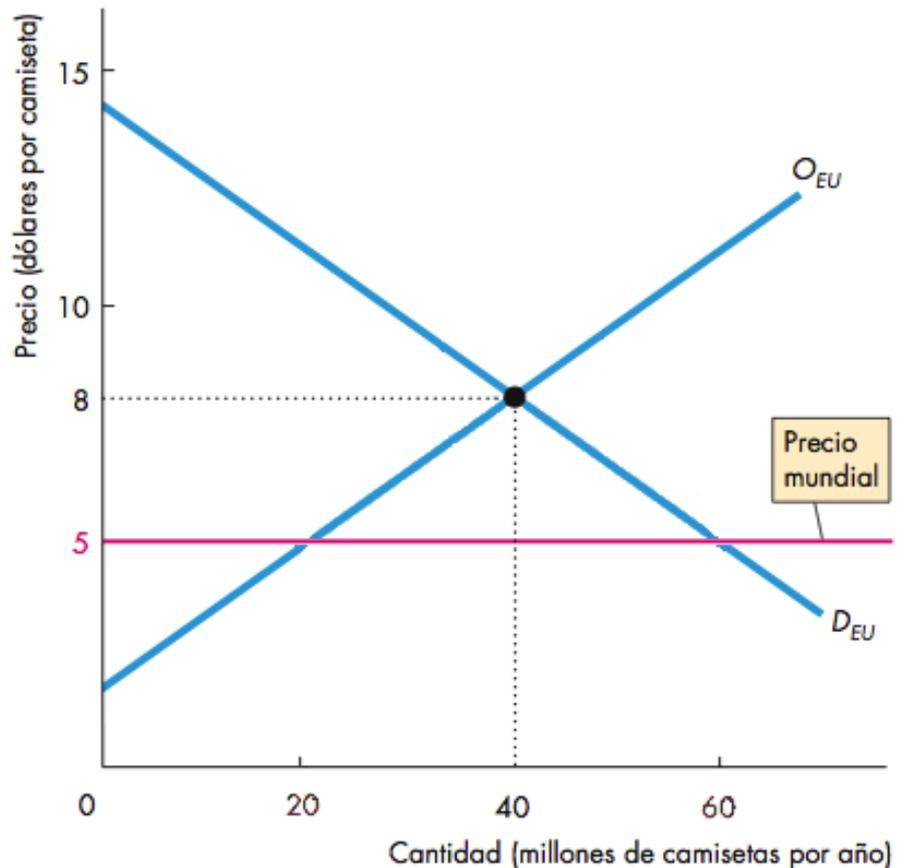


# Cómo funcionan los mercados globales

La figura 7.1(b) muestra el mercado de EU con comercio internacional.

La demanda y la oferta globales de camisetas determinan el precio mundial de ese producto a \$5.

El precio mundial es *menor* que \$8, así que el resto del mundo tiene una ventaja comparativa en la producción de camisetas.



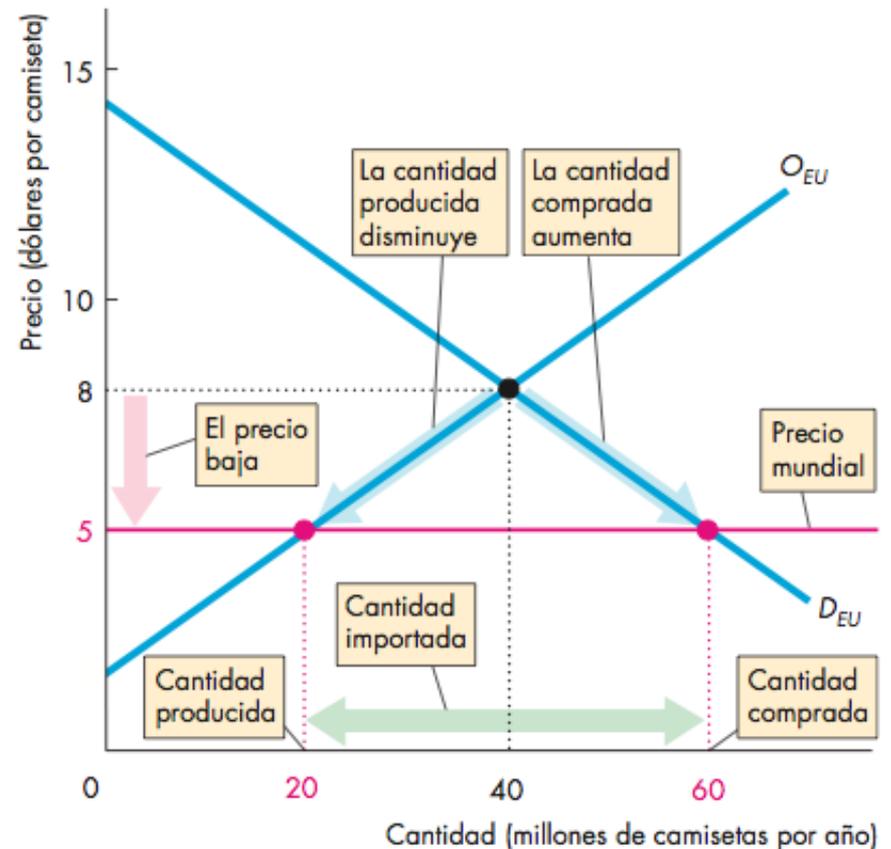
(b) Equilibrio en un mercado con importaciones

# ► Cómo funcionan los mercados globales

Con comercio internacional, el precio de una camiseta en EU baja a \$5. A ese precio, los fabricantes de ropa del país reducen su producción a 20 millones de camisetas al año.

A \$5 por camiseta, los consumidores de EU compran 60 millones de camisetas al año.

Estados Unidos importa 40 millones de camisetas cada año.



(b) Equilibrio en un mercado con importaciones

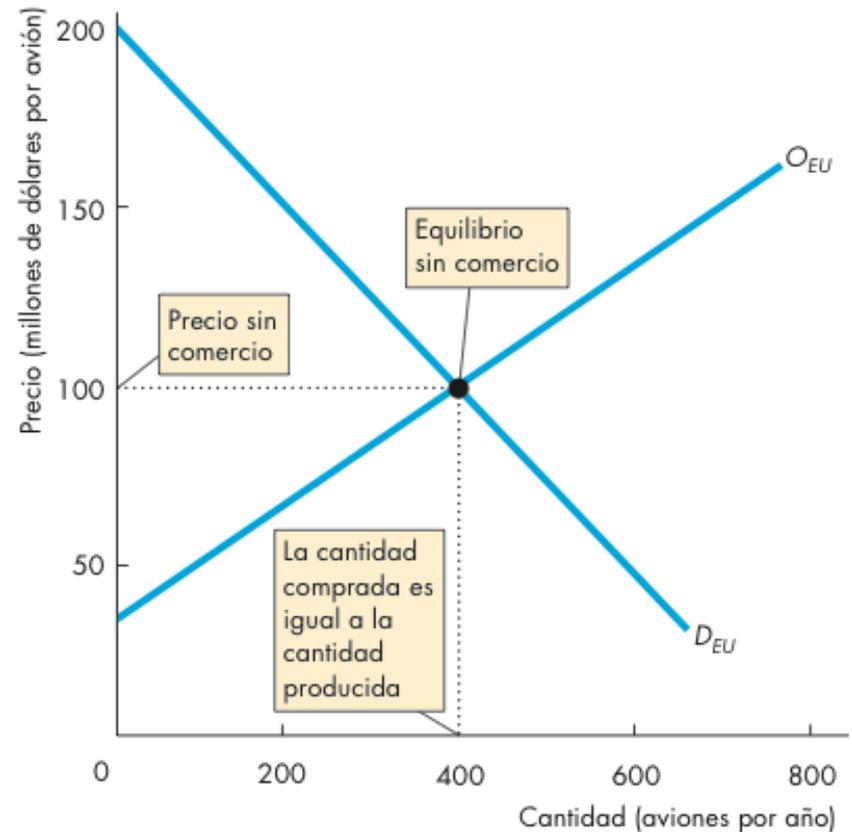
# ► Cómo funcionan los mercados globales

## Por qué Estados Unidos exporta aviones

La figura (a) muestra la demanda y la oferta de EU sin comercio internacional.

El precio de un avión es de \$100 millones.

Boeing produce 400 aviones por año, y las aerolíneas de EU compran 400 anualmente.



(a) Equilibrio sin comercio internacional

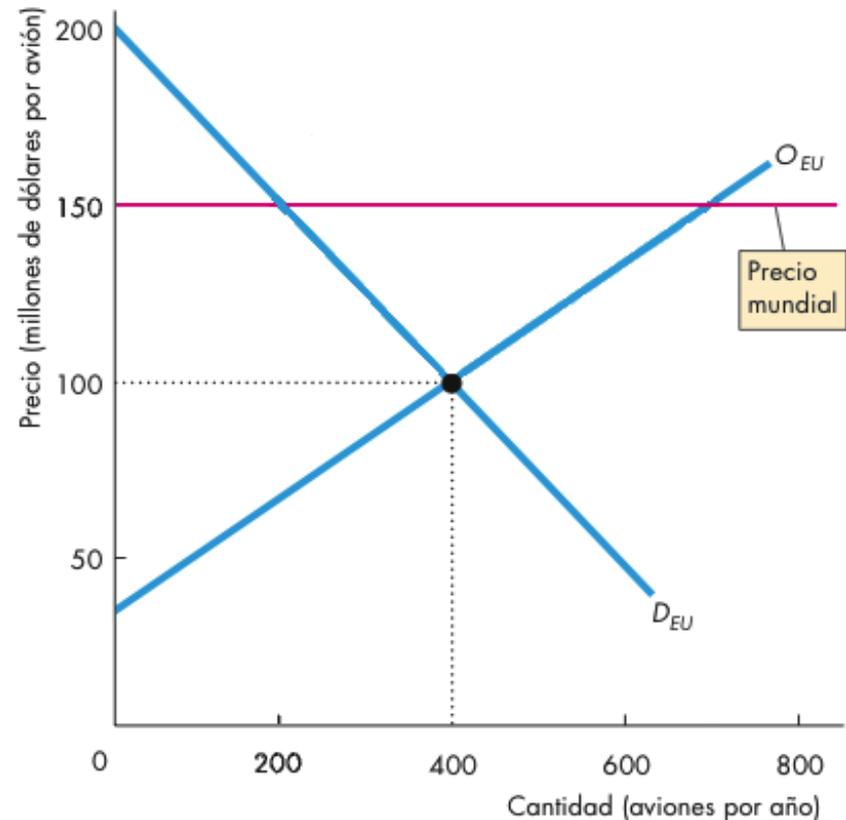


# Cómo funcionan los mercados globales

La figura 7.2(b) presenta el mercado de EU con comercio internacional.

La demanda y la oferta mundiales de aviones determinan el precio mundial, que es de \$150 millones por avión.

El precio mundial *excede* los \$100 millones, así que EU tiene una ventaja comparativa en la producción de aviones.



(b) Equilibrio en un mercado con exportaciones





# Ganadores, perdedores y beneficio neto derivados del comercio

El comercio internacional disminuye el precio de los bienes importados, y aumenta el precio de los bienes exportados.

Los compradores de bienes importados se benefician de los precios más bajos, y los vendedores de bienes exportados se benefician de los precios más altos.

No obstante, algunas personas se quejan de la competencia internacional, aduciendo que no todos obtienen ganancias.

¿Quién gana y quién pierde al haber comercio internacional?

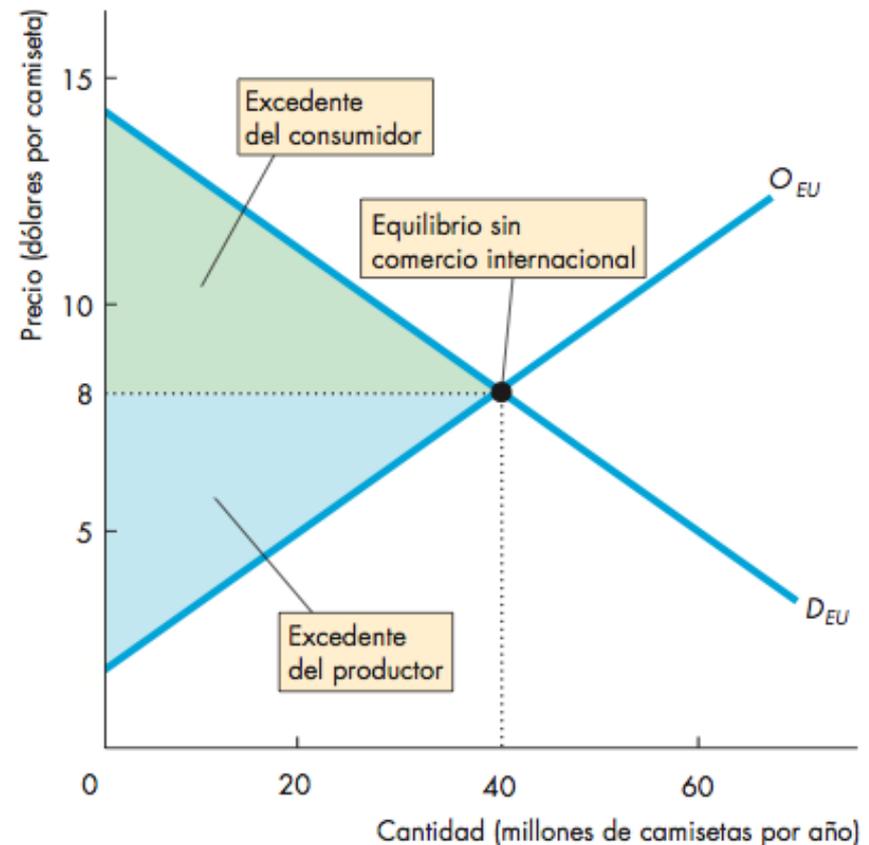


# Ganadores, perdedores y beneficio neto derivados del comercio

## Beneficios y perjuicios de las importaciones

La figura 7.3(a) muestra el mercado de EU sin comercio internacional.

El excedente total derivado de camisetas es la suma de los excedentes del consumidor y del productor.



(a) Excedentes del consumidor y del productor sin comercio internacional

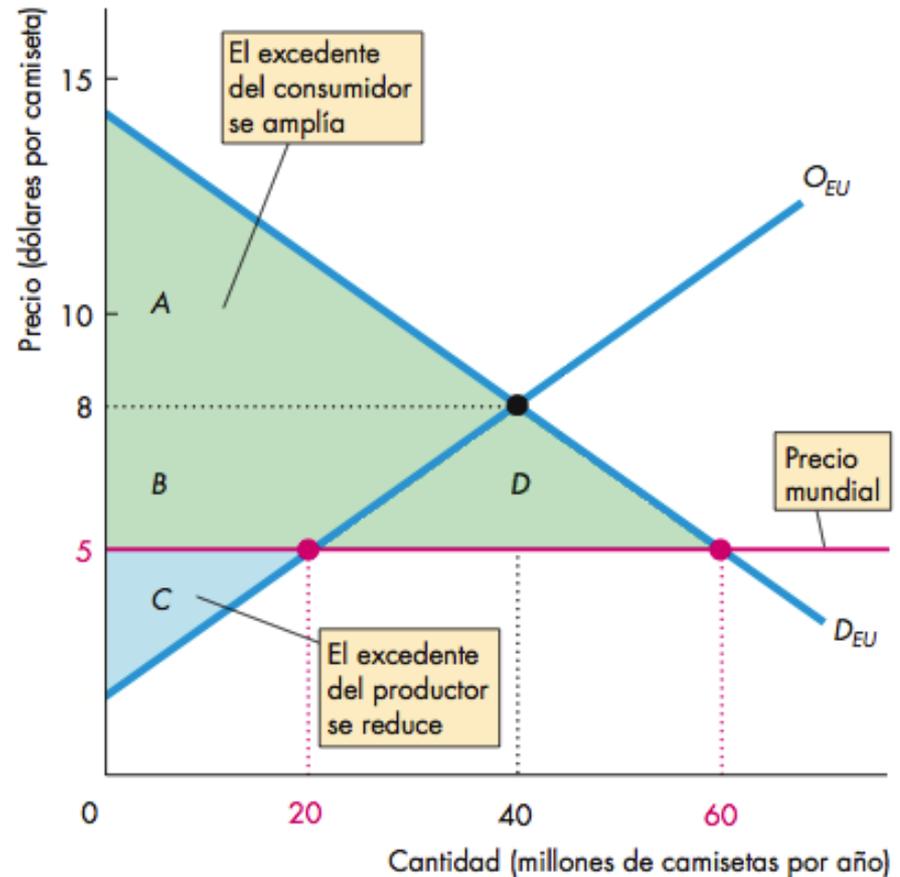
# Ganadores, perdedores y beneficio neto derivados del comercio

La figura 7.3(b) muestra el mercado de EU con comercio internacional.

El precio mundial es de \$5 por camiseta.

El excedente del consumidor se expande del área *A* al área *A + B + D*.

El excedente del productor se reduce al área *C*.



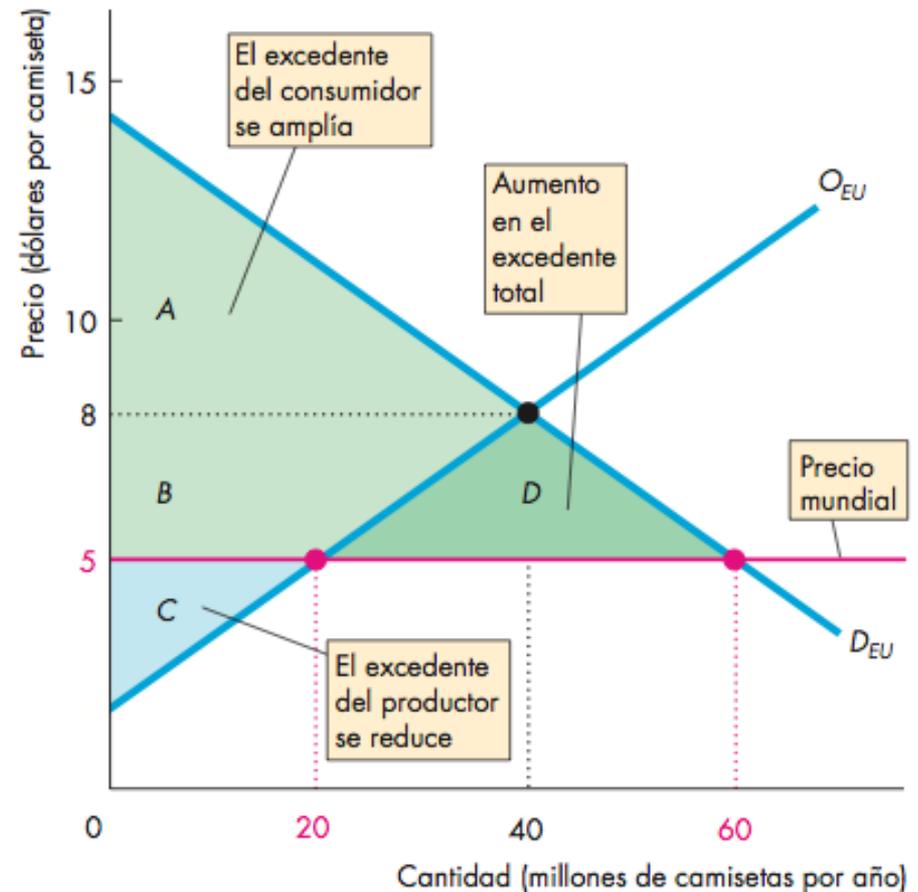
(b) Ganancias y pérdidas por las importaciones

# Ganadores, perdedores y beneficio neto derivados del comercio

El área *B* se transfiere de los productores a los consumidores.

El área *D* es un incremento del excedente total.

El área *D* es el beneficio neto derivado de las importaciones.



(b) Ganancias y pérdidas por las importaciones

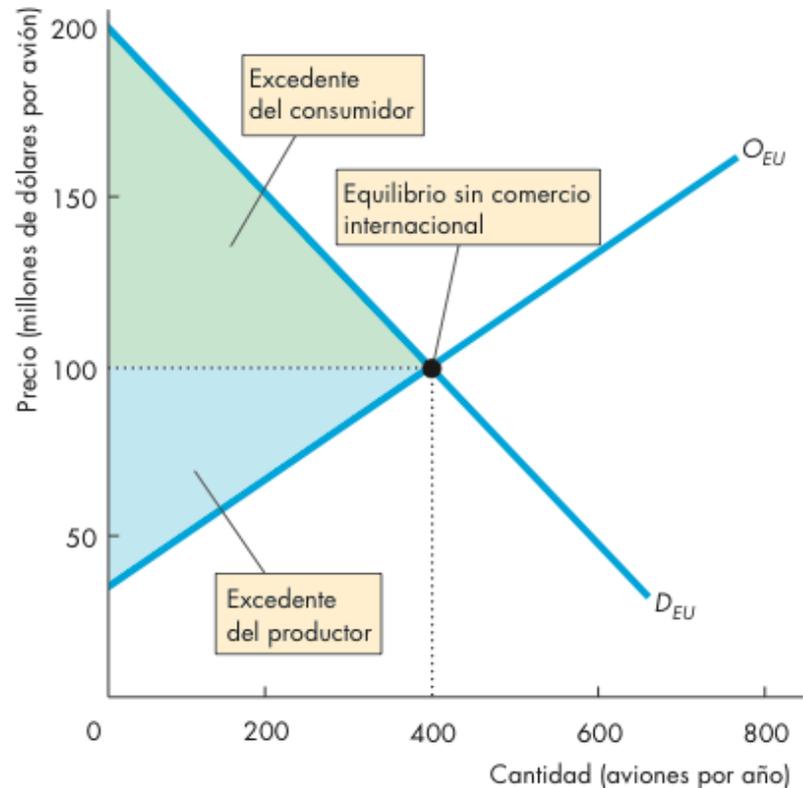


# Ganadores, perdedores y beneficio neto derivados del comercio

## Beneficios y perjuicios de las exportaciones

La figura 7.4(a) muestra el mercado de EU sin comercio internacional.

El excedente total derivado de los aviones es la suma de los excedentes del consumidor y el productor.



(a) Excedente del consumidor y excedente del productor sin comercio internacional

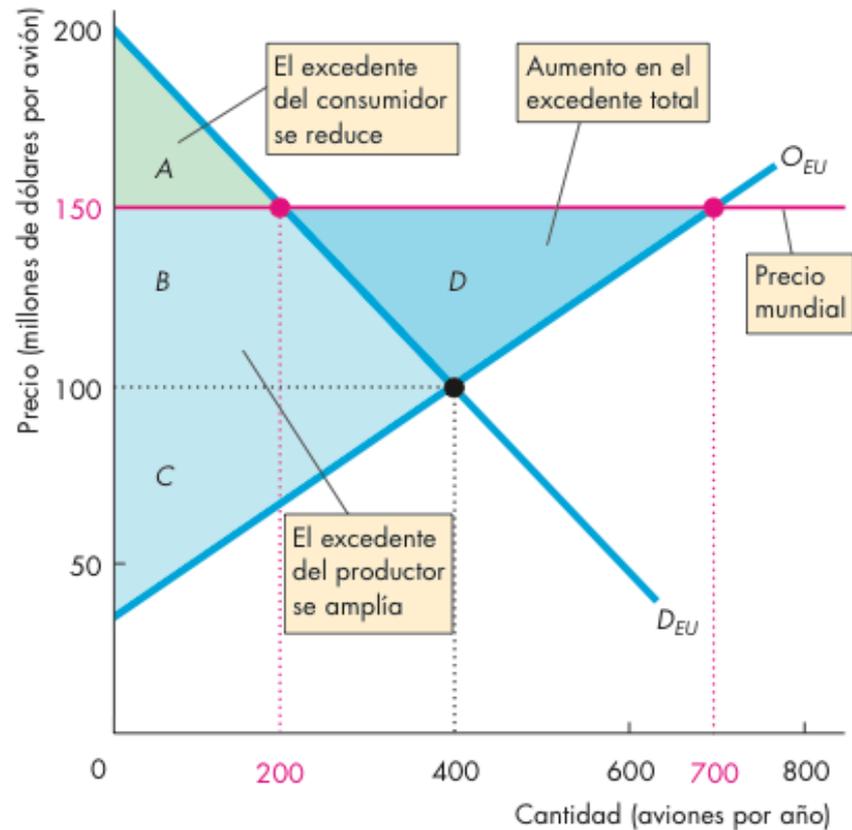


# Ganadores, perdedores y beneficio neto derivados del comercio

El área *B* se transfiere de los consumidores a los productores.

El área *D* es un incremento del excedente total.

El área *D* es el beneficio neto derivado de las exportaciones.



(b) Beneficios y perjuicios de las exportaciones

## Restricciones al comercio internacional

Los gobiernos restringen el comercio internacional para proteger de la competencia a los productores nacionales, y emplean para ello cuatro grupos de herramientas:

- Aranceles
- Cuotas a la importación
- Otras barreras a la importación
- Subsidios a la exportación

# Restricciones al comercio internacional

## Aranceles

El **arancel** es un impuesto con el que el país importador grava un bien cuando éste cruza su frontera internacional.

Por ejemplo, el gobierno de India impone un arancel de 100 por ciento al vino importado de Estados Unidos.

Por consiguiente, cuando un comerciante indio de vino importa una botella de cosecha californiana a \$10, le paga a su gobierno \$10 por derechos de importación.

# Restricciones al comercio internacional

## Efectos de un arancel

Con el libre comercio internacional, el precio mundial de una camiseta es de \$5 y EU importa 40 millones de camisetas al año.

Imagine que EU impone un arancel de \$2 por cada camiseta importada.

El precio de las camisetas en EU aumenta \$2.

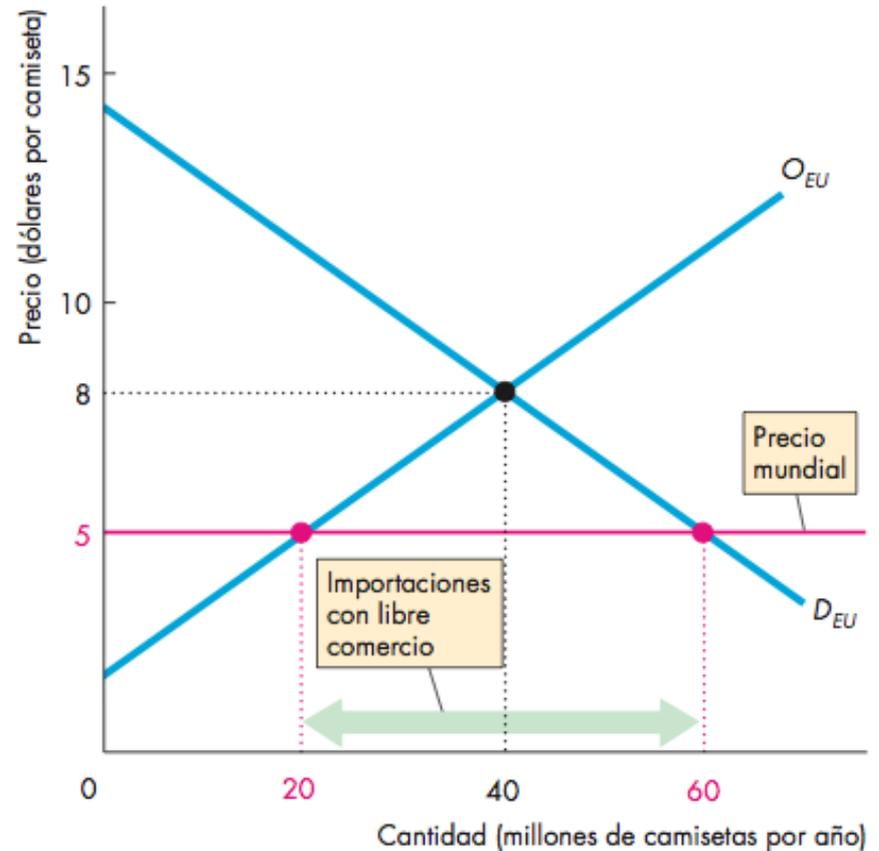
La figura 7.5 muestra el efecto que tiene el arancel en el mercado estadounidense de camisetas.

# Restricciones al comercio internacional

La figura 7.5(a) muestra el mercado antes de que el gobierno imponga el arancel.

El precio mundial de una camiseta es de \$5.

Con libre comercio internacional, Estados Unidos importa 40 millones de camisetas al año.



(a) Libre comercio

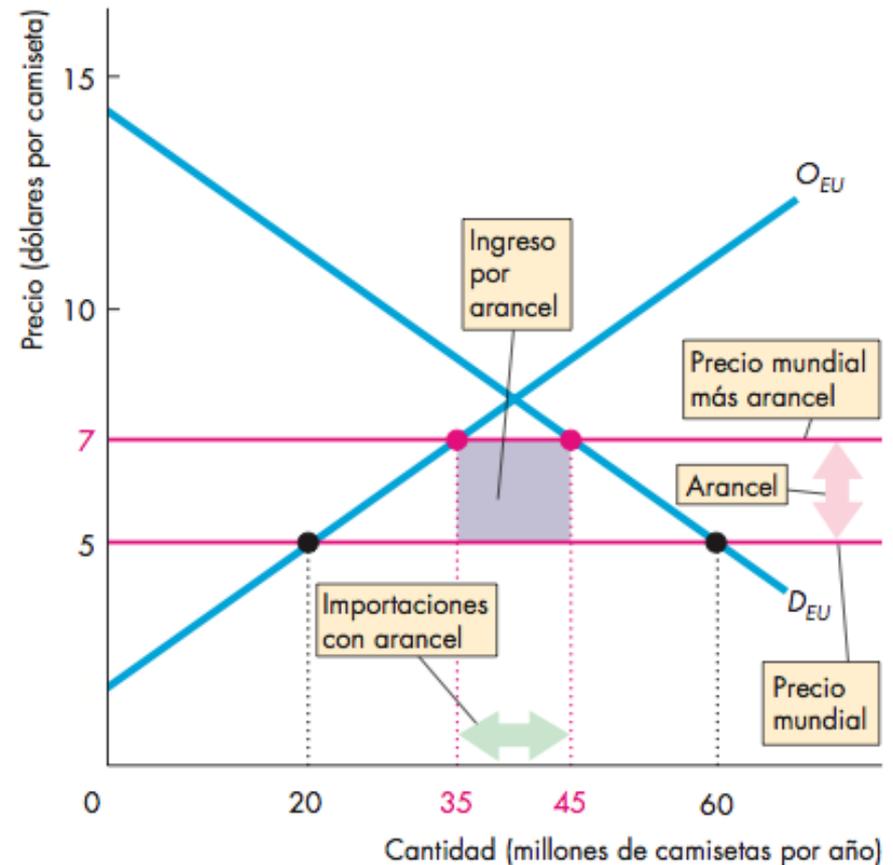
# Restricciones al comercio internacional

La figura 7.5(b) presenta el efecto que tiene un arancel en las importaciones.

El arancel de \$2 eleva a \$15 el precio en Estados Unidos.

Las importaciones de EU disminuyen a 10 millones por año.

El gobierno de EU recauda ingresos por \$20 millones al año por este arancel.



(b) Mercado con arancel

# Restricciones al comercio internacional

## Beneficiados, perjudicados y pérdida social generados por un arancel

Cuando el gobierno estadounidense impone un arancel a las camisetas importadas:

- Los consumidores estadounidenses de camisetas se ven perjudicados.
- Los productores estadounidenses de camisetas se ven beneficiados.
- Los consumidores estadounidenses pierden más de lo que ganan los productores del país.
- La sociedad en su conjunto se ve perjudicada, debido al surgimiento de una pérdida irrecuperable.

# Restricciones al comercio internacional

## **Los consumidores del bien resultan perjudicados**

Los compradores estadounidenses de camisetas pagan ahora un precio más alto (el precio más el arancel), así que adquieren menos camisetas.

La combinación de un precio más alto y una cantidad de compra más pequeña hace que los consumidores estadounidenses resulten perjudicados.

En consecuencia, los consumidores estadounidenses pierden debido al arancel.

# Restricciones al comercio internacional

## **Los productores del bien resultan beneficiados**

Los productores estadounidenses de ropa ahora pueden vender camisetas a un precio más alto (el precio mundial más el arancel), así que producen más unidades de dicho artículo.

La combinación del precio más alto y una mayor cantidad producida aumenta la utilidad de los productores nacionales.

En consecuencia, los productores estadounidenses resultan beneficiados por el arancel.



# Restricciones al comercio internacional

## **Los consumidores pierden más de los que ganan los productores: la sociedad resulta perjudicada**

La pérdida de los consumidores a causa del arancel es mayor que la que sufren los productores nacionales del bien importado, debido a que:

1. Los consumidores pagan un precio más alto a los productores nacionales
2. Los consumidores compran una cantidad más pequeña del bien
3. Los consumidores pagan el impuesto arancelario que recauda el gobierno



## Restricciones al comercio internacional

El ingreso por el arancel constituye una pérdida para los consumidores, pero no una pérdida social, porque el gobierno puede utilizarlo para comprar servicios públicos que son valiosos para las personas.

La pérdida social surge a consecuencia de que:

1. Parte del precio más alto que pagan los productores nacionales sirve para pagar el mayor costo de producción.

La mayor producción nacional podría haberse obtenido a un costo más bajo que el ocasionado por la importación.

2. La cantidad reducida se compra a un precio más alto.

# Restricciones al comercio internacional

## **Los consumidores del bien resultan perjudicados**

Los compradores estadounidenses de camisetas ahora pagan un precio más alto (el precio mundial más el arancel), de manera que compran menos camisetas.

La combinación de un precio más alto y una menor cantidad comprada reduce el excedente del consumidor.

La pérdida del excedente del consumidor constituye la pérdida que enfrentan los consumidores estadounidenses debido al arancel.

# Restricciones al comercio internacional

## **Los productores del bien resultan beneficiados**

Los fabricantes estadounidenses de ropa ahora pueden vender camisetas a un precio más alto (el precio mundial más el arancel), así que producen más unidades de dicho artículo.

Pero el costo marginal de producir una camiseta es menor que el precio más alto, de manera que el excedente del productor se incrementa.

El mayor excedente del productor representa la ganancia que obtienen los fabricantes estadounidenses de camisetas a partir del arancel.

## Restricciones al comercio internacional

**Los consumidores del bien pierden más que lo que ganan los productores del mismo**

El excedente del consumidor disminuye y el excedente del productor aumenta.

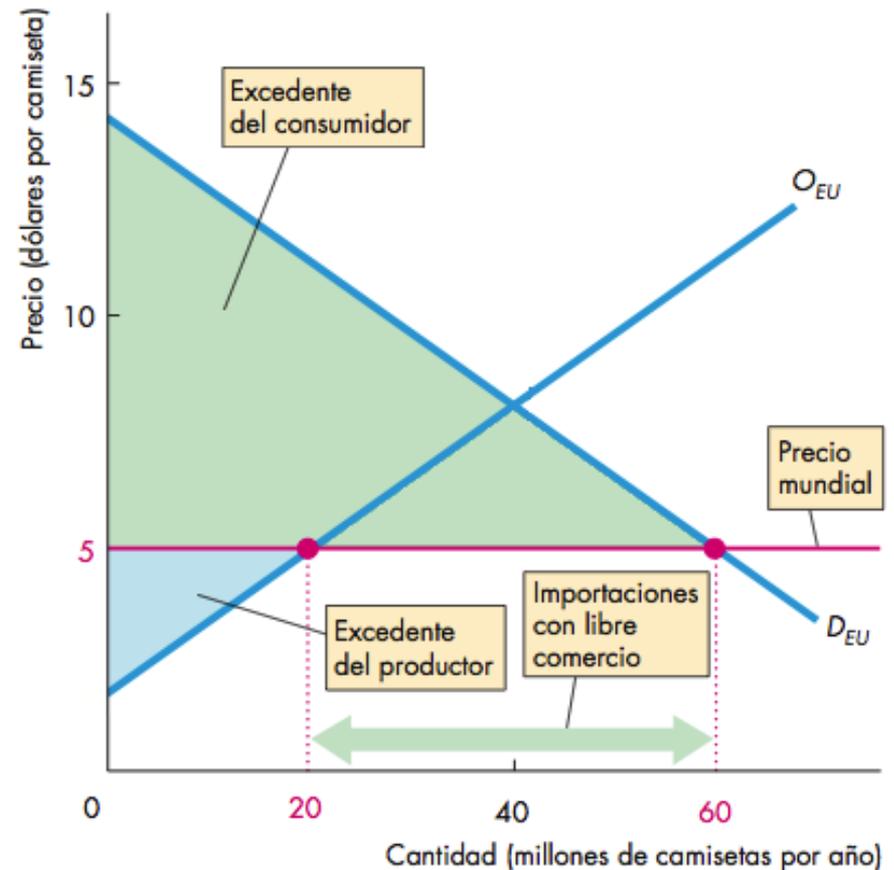
¿Cuál de ellos se modifica por un monto mayor?

La figura 7.6 ilustra el cambio que ocurre en el excedente total.

# Restricciones al comercio internacional

La figura 7.6(a) muestra el excedente total con libre comercio internacional.

- El precio mundial de una camiseta es de \$5.
- Las importaciones ascienden a 40 millones de camisetas al año.
- El excedente del consumidor es el área del triángulo verde.
- El excedente del productor es el área del triángulo azul.



(a) Libre comercio

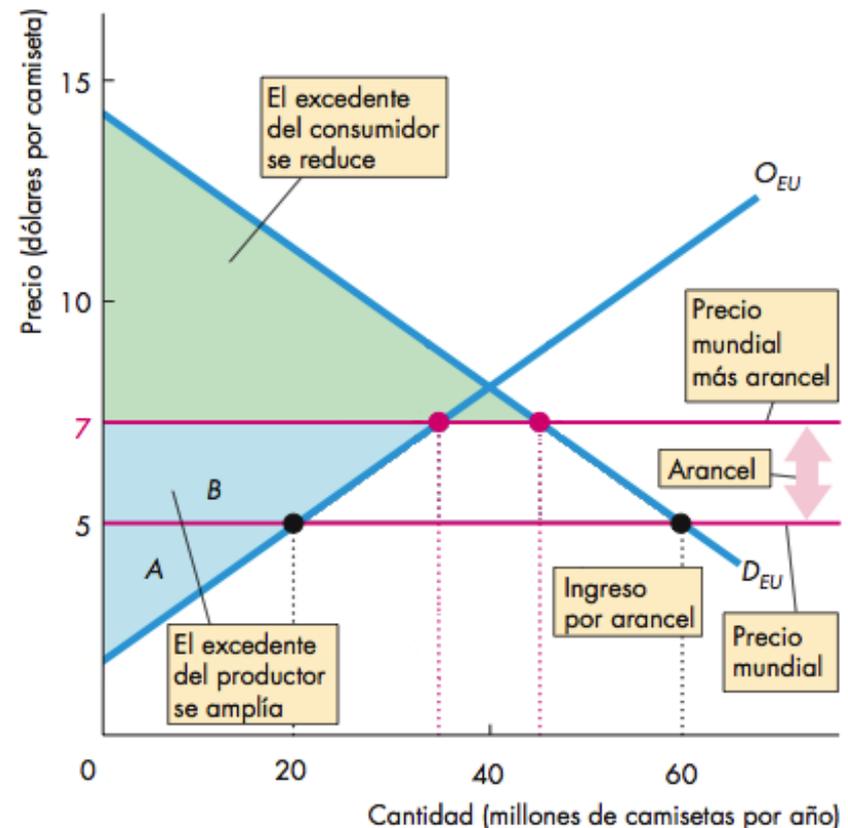


# Restricciones al comercio internacional

La figura 7.6(b) muestra quiénes son los beneficiados y los perjudicados por un arancel.

El arancel de \$2 se suma al precio mundial, lo cual incrementa el precio a \$7 por camiseta en EU.

La cantidad de camisetas producidas en EU aumenta, y la cantidad comprada en ese país disminuye.



(b) Mercado con arancel

# Restricciones al comercio internacional

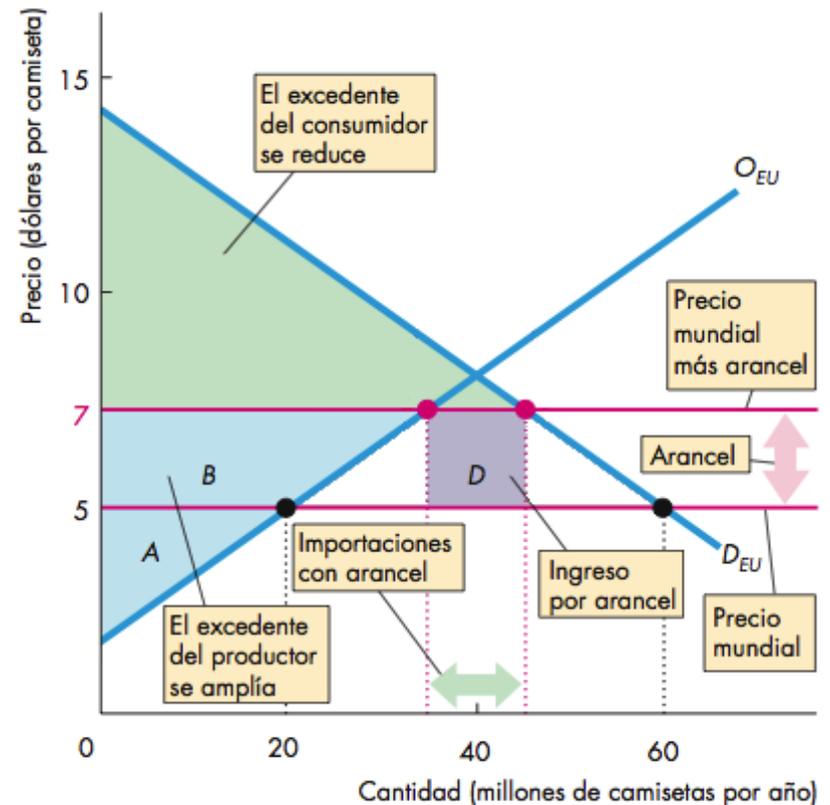
El excedente del consumidor se reduce al área verde.

El excedente del productor se amplía al área azul.

El área *B* es una transferencia del excedente del consumidor al excedente del productor.

Las importaciones disminuyen.

El ingreso por el arancel es igual al área *D*: importaciones de camisetas por \$2.



(b) Mercado con arancel



# Restricciones al comercio internacional

## **La sociedad pierde: surge una pérdida irrecuperable**

Una parte de la pérdida del excedente del consumidor se transfiere a los productores, y otra al gobierno en forma de ingresos por el arancel.

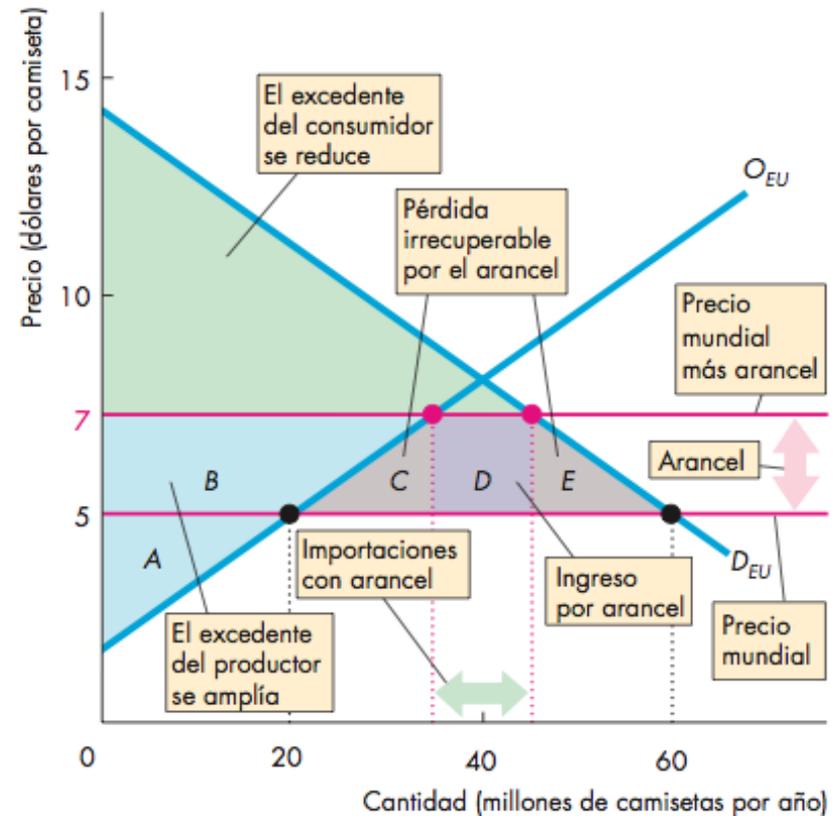
Pero el incremento en los costos de producción y la pérdida derivada de la disminución de las importaciones constituye una pérdida social.

# Restricciones al comercio internacional

El costo de producir una camiseta en EU aumenta, y crea una pérdida social representada por el área C.

La disminución de la cantidad de camisetas importadas da lugar a una pérdida social, ilustrada por el área E.

El arancel genera una pérdida social (pérdida irre recuperable) igual al área C + E.



(b) Mercado con arancel

# Restricciones al comercio internacional

## Cuotas a la importación

Una **cuota a la importación** es una restricción que limita la cantidad máxima de un bien que se puede importar en un periodo específico.

Por ejemplo, Estados Unidos impone cuotas a los productos alimenticios como el azúcar y el plátano, así como a bienes manufacturados como los textiles y el papel.

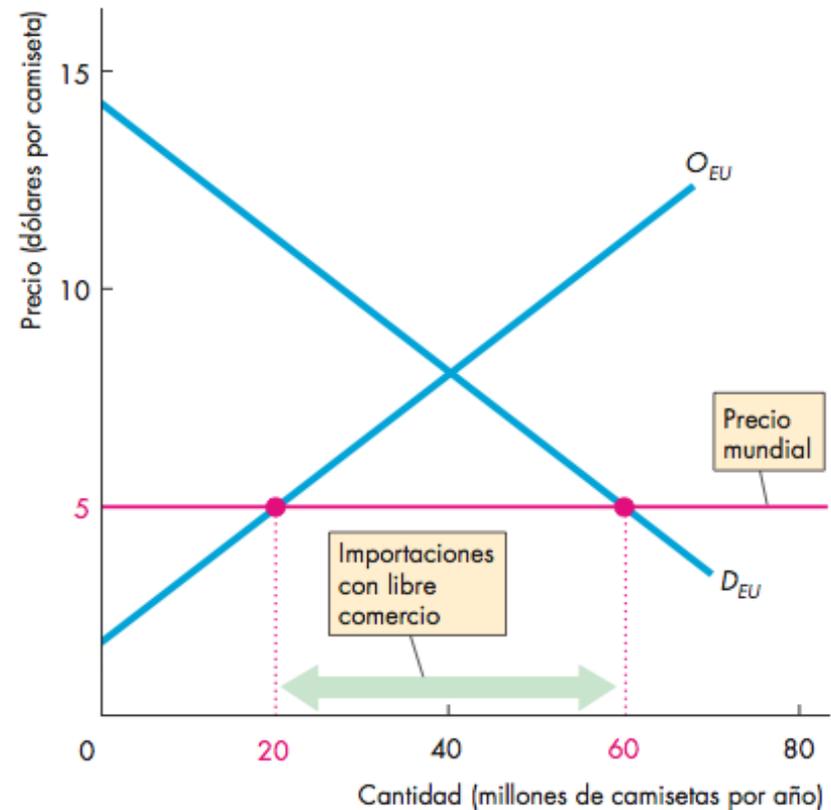
# Restricciones al comercio internacional

## Efectos de una cuota a la importación

La figura 7.7(a) muestra el mercado antes de que el gobierno imponga una cuota a la importación de camisetas.

El precio mundial es de \$5.

Estados Unidos importa 40 millones de camisetas al año.



(a) Libre comercio

# Restricciones al comercio internacional

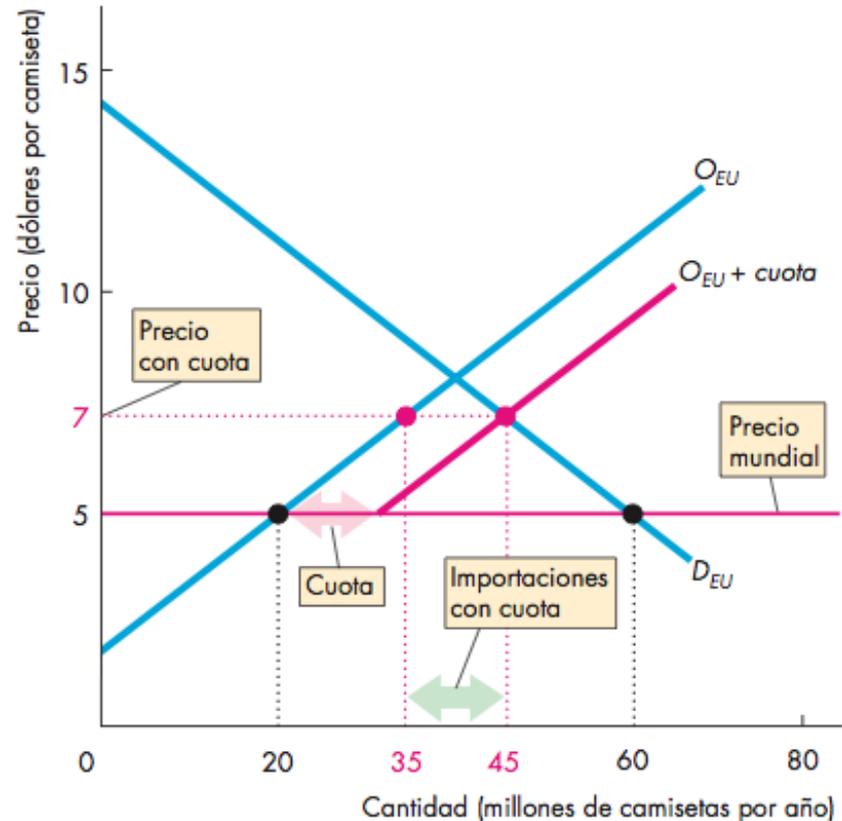
La figura 7.7(b) muestra el mercado con una cuota a la importación de 10 millones de camisetas.

Con la cuota, la oferta de camisetas en EU se convierte en  $O_{EU} + cuota$ .

El precio aumenta a \$15.

La cantidad producida en EU se incrementa y la cantidad comprada disminuye.

Las importaciones se reducen.



(b) Mercado con cuota a la importación

# Restricciones al comercio internacional

## Beneficiados, perjudicados y pérdida social generados por la cuota a la importación

Cuando el gobierno de EU impone una cuota a la importación de camisetas:

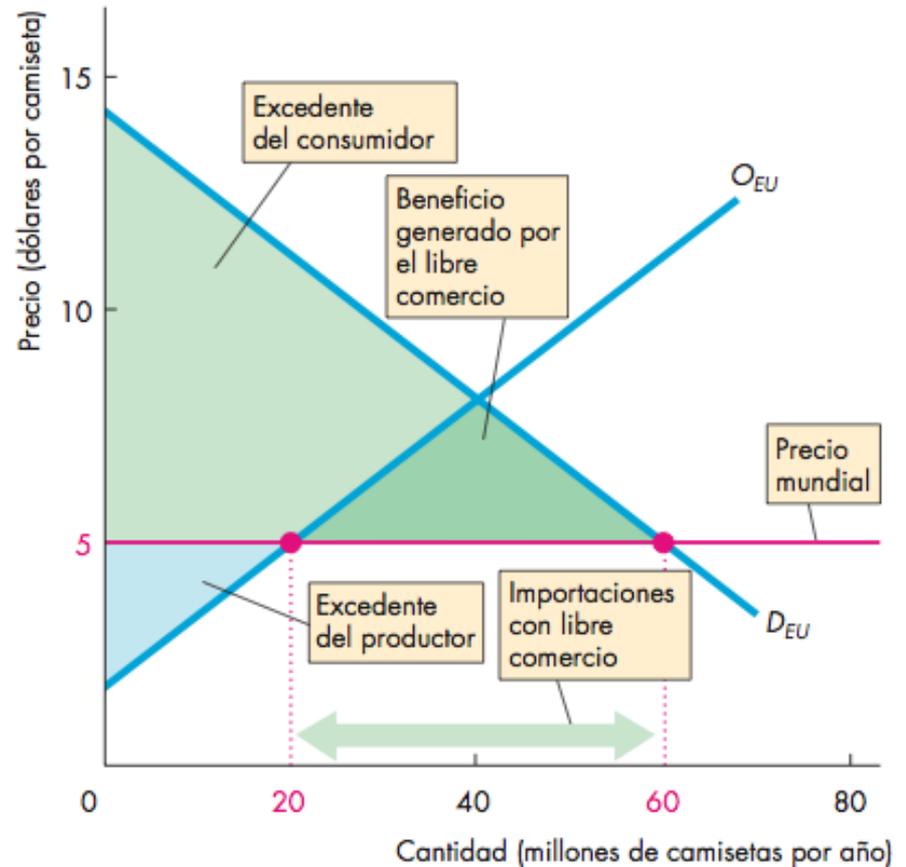
- Los consumidores estadounidenses de camisetas se ven perjudicados.
- Los productores estadounidenses de camisetas se benefician.
- Los importadores de camisetas tienen una ganancia.
- La sociedad pierde: surge una pérdida irrecuperable.

La figura 7.8 ilustra quiénes son los beneficiados y quiénes los perjudicados por una cuota a la importación.

# Restricciones al comercio internacional

La figura 7.8(a) muestra el excedente total con libre comercio internacional.

El excedente total está en su punto máximo.



(a) Libre comercio

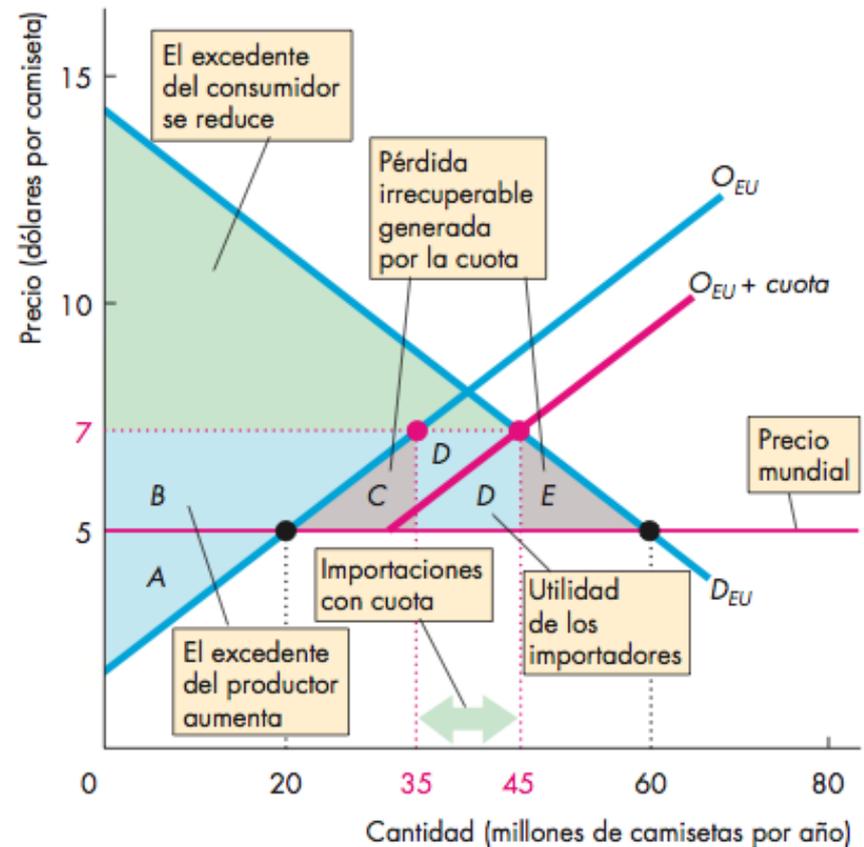
# Restricciones al comercio internacional

La cuota a la importación eleva el precio a \$7 por camiseta, y disminuye las importaciones.

El área *B* se transfiere del excedente del consumidor al excedente del productor.

La utilidad de los importadores es la suma de las dos áreas *D*.

El área *C + E* representa la pérdida del excedente total, creada por la cuota a la importación.



(b) Mercado con cuota a la importación

# Restricciones al comercio internacional

## Otras barreras a la importación

Miles de regulaciones en materia de salud, seguridad y otras áreas restringen el comercio internacional.

## Subsidios a la exportación

Los *subsidios a la exportación* son pagos que el gobierno hace al productor nacional de un bien exportado.

Los subsidios a la exportación generan ganancias para los productores nacionales, pero dan lugar a sobreproducción en la economía local, y a subproducción en el resto del mundo. En consecuencia, crean una pérdida irrecuperable.

## Caso contra el proteccionismo

A pesar del hecho de que el libre comercio promueve la prosperidad de todas las naciones, siguen existiendo restricciones contra él.

Siete argumentos relacionados con restricciones al comercio avalan la protección de las industrias nacionales frente a la competencia extranjera:

- Ayudan al desarrollo de las industrias incipientes
- Contraatacan el *dumping*
- Salvaguardan los empleos nacionales
- Permiten que el país haga frente a la competencia de la mano de obra extranjera, más barata
- Penalizan la laxitud de los estándares medioambientales
- Evitan que los países ricos exploten a las naciones en vías de desarrollo
- Reducen el outsourcing fuera de las fronteras nacionales, protegiendo a los trabajadores del país

# Caso contra el proteccionismo

## Ayuda al desarrollo de las industrias incipientes

Las ventajas comparativas se modifican a partir de la experiencia laboral, esto es, mediante el *aprendizaje práctico*.

Cuando surgen una nueva industria o un nuevo producto —en lo que se conoce como una *industria incipiente*—, no son tan productivos como llegarán a serlo al acumular experiencia.

Se arguye que este tipo de industrias deben ser protegidas de la competencia internacional hasta que puedan sostenerse a sí mismas y competir.

Es verdad que el aprendizaje práctico es una poderosa herramienta para el crecimiento económico, pero este hecho no justifica el proteccionismo.

# Caso contra el proteccionismo

## Contraataca el *dumping*

El ***dumping*** ocurre cuando una empresa extranjera vende sus exportaciones a un precio más bajo que el costo de producción.

Este argumento no justifica el proteccionismo, porque

1. Es prácticamente imposible determinar los costos de una empresa.
2. Resulta difícil pensar en un monopolio global, así que aun cuando todas las empresas nacionales fueran sacadas del mercado, seguirían teniendo alternativas.
3. Si el mercado es realmente un monopolio global, regular la economía es mejor que restringir el comercio.

# Caso contra el proteccionismo

## Salvaguarda los empleos nacionales

La idea de que comprar bienes extranjeros provoca que se pierdan los empleos nacionales es un error.

Ciertamente las importaciones destruyen algunos empleos, pero crean otros para los minoristas que venden los bienes importados, y para las empresas que ofrecen servicios relacionados con ellos.

El libre comercio también aumenta los ingresos extranjeros y permite que la gente de otros países compre una mayor cantidad de la producción nacional.

El proteccionismo que busca salvaguardar empleos particulares resulta muy costoso.

## Caso contra el proteccionismo

**Permite que el país haga frente a la competencia de la mano de obra extranjera, más barata**

La idea de que un país de salarios altos no puede competir con una nación de salarios bajos, también está equivocada.

La mano de obra de bajos salarios es menos productiva que la mano de obra de salarios altos.

Por otro lado, los salarios y la productividad no tienen nada que ver con la fuente de ganancias generadas por el comercio, es decir, la ventaja comparativa.

# Caso contra el proteccionismo

## Penaliza la laxitud de los estándares medioambientales

El argumento de que el proteccionismo es bueno para el medio ambiente es un error.

El libre comercio aumenta los ingresos; por otro lado, los países pobres tienen estándares medioambientales menos estrictos que las naciones ricas, porque no pueden gastar tanto como estas últimas en proteger el entorno y, a veces, tienen una ventaja comparativa en la producción de trabajo “sucio”, lo cual contribuye a que el entorno global alcance estándares medioambientales más altos.

## Caso contra el proteccionismo

### Evita que los países ricos exploten a las naciones en vías de desarrollo

Al comerciar con las personas de los países pobres, las naciones ricas aumentan la demanda tanto de los bienes producidos en ellos como de su mano de obra.

El incremento de la demanda de trabajo eleva la tasa salarial.

En consecuencia, el comercio puede ampliar las oportunidades e incrementar los ingresos de la población de los países pobres.

## Caso contra el proteccionismo

Reduce el *outsourcing* fuera de las fronteras nacionales, protegiendo a los trabajadores del país

El *outsourcing* fuera de las fronteras nacionales ocurre cuando una empresa compra bienes terminados, componentes o servicios a las compañías de otras naciones.

A pesar de que la especialización y el comercio en el escenario del *outsourcing* fuera de las fronteras nacionales ofrecen ventajas indiscutibles, muchas personas creen que son más los costos que los beneficios. ¿Por qué?

En promedio, son más las personas que obtienen beneficios del *outsourcing*, pero es un hecho que hay individuos que resultan perjudicados; por ejemplo, quienes invierten en capital humano para realizar un trabajo específico que ahora se realiza en otro país.

## Caso contra el proteccionismo

### ¿Por qué se restringe el comercio internacional?

Una de razones clave que se arguyen en muchos países para restringir el comercio internacional es una actividad denominada *búsqueda de rentas*.

La **búsqueda de rentas** es una actividad de cabildeo político que pretende capturar los beneficios derivados del comercio.

Hemos visto que el libre comercio beneficia a los consumidores pero reduce el excedente del productor de las empresas que compiten en los mercados de importación.

## Caso contra el proteccionismo

Los beneficiados por el libre comercio son los millones de consumidores de importaciones de bajo costo.

Sin embargo, el beneficio por consumidor individual es pequeño.

Los perjudicados son los productores de artículos que compiten con las importaciones.

En comparación con los millones de consumidores, los productores son tan sólo algunos miles.

Estos productores tienen un fuerte incentivo a incurrir en el gasto de cabildear *a favor* de un arancel y *en contra* del libre comercio.

## Caso contra el proteccionismo

El beneficio que ofrece el libre comercio para cualquier persona individual es demasiado pequeño para que ésta dedique mucho tiempo o dinero en patrocinar a una organización política para que cabildee *a favor* del libre comercio.

Cada grupo pondera los beneficios en relación con los costos, y elige el curso de acción que resulte mejor para sus intereses particulares.

Pero el grupo que se opone al libre comercio pondrá en práctica un cabildeo político más intenso que el grupo a favor del libre comercio.