



Aahhhh...

¿cómo puedo vender afuera de mi país?

Autor: Elder Flores Durán
Palabras: 1938

Índice

4	Comercio internacional
6	La condición necesaria para que una transacción entre dos países sea de beneficio mutuo
7	El objeto de exportar es importar
8	Las diferentes relaciones de precios relativos
10	La oportunidad de intercambio
11	La pérdida al impedir el libre comercio
13	Glosario

Muchas veces, tendemos a pensar ¿qué puedo hacer para vender algo? No se te ha ocurrido que ¿podrías vender tus productos o servicios afuera de las fronteras de Guatemala? Si no es nada ambicioso e imaginativo lo que te planteo, simplemente es que puedas llegar a competir con todo el mundo, con una calidad que puede llegar a ser de la mejor manera. Esta lección tiene como objetivo que tú puedas arribar a contestar la pregunta ¿cómo puedo vender afuera del país?

Comercio Internacional

Ventaja comparativa y ventaja competitiva

A las diferencias de productividad también se les denomina **ventaja comparativa**, la cual no debe confundirse con **ventaja competitiva**. La primera es una comparación de ventajas competitivas.

Las personas se dedican a aquello donde su grado de deficiencia es menor comparado con los demás. A ese grado de diferencia en productividad (o eficiencia) se le llama **Ventaja Comparativa**.

Si tú eres bueno para jugar fútbol, tu ventaja comparativa en relación con otra persona que sea buena para jugar basketbol, es que uno se va a especializar y a perfeccionar en esa área y el otro en la que él es mejor.

Diferencia entre ventaja comparativa y ventaja competitiva

La ventaja comparativa es aquella ventaja que goza un país o estado sobre otro, en cuanto al costo de producir algún producto. Por lo general, es una ventaja natural del país, es decir, no ha hecho nada en extraordinario para obtener esta ventaja.

Por ejemplo en nuestro caso, tenemos abundantes recursos naturales, pero lamentablemente no le sacamos raja como quisiéramos, por lo que nuestra ventaja comparativa no está siendo explotada o aprovechada de la mejor manera.

La ventaja comparativa se da cuando un país o una organización produce en comparación con otro, mejor y menor costo. Por ejemplo, el café que se produce en Guatemala se realiza a menor costo en comparación a producirse en otro país con la misma calidad de grano.

La ventaja competitiva es cuando una compañía le “agrega valor” al producto, lo cual hace que tenga una ventaja en comparación a las demás compañías competidoras. Esto se hace a través de un trabajo desarrollado para conseguir la ventaja competitiva.

Como por ejemplo al detergente le ponen ahora “con chispitas azules” ya que su producto es superior en calidad, comparándolo con otros detergentes sin “chispitas”.

La idea de una ventaja competitiva, para que sea efectiva debe ser difícil de igualar, sostenida en el tiempo, única y superior a la competencia.

Las ventajas competitivas más conocidas son la diferenciación de los productos y la de liderazgo de costos. La primera se trata de vender poco (productos exclusivos) y con un alto precio, mientras que la segunda se centra en vender más barato que la competencia, pero a grandes cantidades.

La fijación de la paridad o tipo de cambio

Cómo en el mercado se llega a determinar la paridad **espontáneamente** y como resultado del libre actuar de las personas, que son motivadas por el interés propio y guiadas por los precios relativos que confrontan.

Lo importante es que **la paridad** o tipo de cambio de un país (en términos de otro país) es determinado espontáneamente, guiados por los precios relativos en cada país.

Condición necesaria para que una transacción entre “dos países” sea de beneficio mutuo

Para que una transacción de mercado entre "dos países" sea de beneficio mutuo, la única condición económica necesaria es que las estructuras de precios relativos en los dos países sean distintas.

En la medida que la diferencia de productividad comparada entre la diversidad de bienes sea distinta, la oportunidad de intercambio con beneficio mutuo se dará. Y, puesto que es imposible que se puedan dar dos estructuras de precios relativos iguales, las oportunidades siempre existirán.

Si todas las ventajas competitivas de un país fueran exactamente iguales, no se podría llevar a cabo intercambio alguno que rindiera beneficio mutuo.

Es precisamente la *diferencia* entre ventajas la que hace posible el comercio.

Japonia y Latinia

Definir y comparar las respectivas productividades:

JAPONIA		LATINIA	
PRODUCTO	PRODUCTO	HORAS - HOMBRE	HORAS - HOMBRE
1 Radio	1	1 Radio	4
1 TV	4	1 TV	8

En términos de horas-hombre, Japonia tiene una ventaja competitiva en ambas actividades. Habrá una multitud de diferencias en costos y en precios relativos de un país a otro. En este ejemplo, la relación de las ventajas de Japonia en la fabricación de radios es de 1 a 4 y en la fabricación de TV's es de 1 a 2. La ventaja comparativa es, en nuestro caso también de 2:1

La **ventaja comparativa** es el grado de diferencia en productividad y, en este caso, es de 2:1 ya que es dos veces más productivo en hacer radios que en hacer TV's.

El objeto de exportar es importar

La razón por la cual la moneda extranjera puede venderse en el mercado local es porque se quiere importar de los países en donde se usa esa moneda. Si nadie desea importar, el exportador no podría recobrar el dinero local que gastó en producir.

Producimos lo que hacemos mejor y lo intercambiamos por lo que necesitamos.

El objeto de producir es hacerse de un medio indirecto de pago

*Ejemplo, si en nuestro país queremos más maíz, ¿qué debemos sembrar: algodón o maíz? La respuesta, claro está, es que si con el algodón que vendamos podemos comprar más maíz que el que podemos producir con los mismos recursos, entonces debemos **sembrar** algodón para **obtener** más maíz.*

Las diferentes relaciones de precios relativos

El mercado es coordinado por el sistema de precios, el cual incluye, el precio del "**cambio extranjero**" (de las monedas extranjeras). Es **crucial** notar que son las **diferentes relaciones** de precios relativos en cada país, las que indican a las personas lo que deben y lo que no deben hacer. No es el nivel de precios el determinante, sino que la **diferencia en las relaciones de los precios**.

Las **diferencias en las relaciones de los precios** es lo que determina qué es lo que cada quien debe realizar. En un país resultará más barato hacer algo y en otro país será otra cosa.

Tipo de Cambio El precio de una moneda en términos de otra.

Se determina la inversión para producir de un país a otro. Las ventajas comparativas se reflejan en las relaciones de los precios determinando el accionar de cada productor.

Las diferentes relaciones entre precios

Las diferentes relaciones entre precios se expresan en términos de diferente productividad por hora-hombre. Actualmente, las personas reaccionan a las relaciones entre precios.

Asumiendo que los precios que reflejan la productividad en cada país son los siguientes:

JAPONIA		LATINIA	
PRODUCTO	PRECIO	PRODUCTO	PRECIO
Radio	24,000 yenes c.u	Radio	600 pesos c.u
TV	96,000 yenes c.u.	TV	1,200 pesos c.u.

En Japonia, con 960,000 yenes, un japonés puede comprar, por ejemplo, la siguiente "canasta" de bienes:

$$\begin{array}{rclcl} 20 \text{ radios} & \times & 24,000 \text{ yenes c.u.} & = & 480,000 \text{ yenes} \\ 5 \text{ TV's} & \times & 96,000 \text{ yenes c.u.} & = & 480,000 \text{ yenes} \\ \hline \text{"canasta"} & & & = & 960,000 \text{ yenes} \end{array}$$

El latino puede comprar la misma "canasta" en Latinia por 18,000 pesos:

20 radios	x	600 pesos c.u.	=	12,000 pesos
5 TV's	x	1,200 pesos c.u.	=	6,000 pesos
"canasta"			=	18,000 pesos

La oportunidad de intercambio

Obviamente, si el libre comercio no está prohibido, el japonés puede comprar una TV por 96,000 yenes o por 1,200 pesos; por lo tanto, si el precio de 1,200 pesos es menor que los 96,000 yenes, él podrá ahorrar dinero en sus TV's. Esto corresponde a un precio (o tasa de cambio) de 80 yenes por un peso. Esto significa que él está en el mercado de pesos si puede conseguirlos por menos de 80 yenes.

De igual manera, el latino puede comprar un radio con 24,000 yenes o 600 pesos. Por lo tanto, si el precio de 24,000 yenes es menor que los 600 pesos, él ahorrará dinero en su compra de radios. Esto corresponde a un precio de 40 yenes por un peso. Esto significa que él está en el mercado de yenes si puede vender sus pesos por más de 40 yenes por un peso, y el japonés está en el mercado si los puede comprar por menos de 80 yenes por peso.

¿Cuándo surge la oportunidad de intercambiar?

La **oportunidad de intercambio** surge de la diferencia entre ventajas competitivas de un país y otro.

El surgimiento de una oportunidad

Aquí surge una oportunidad debido a que la relación de precio de pesos a yenes es diferente para cada producto. La tasa a la cual cada país puede obtener ganancias al intercambiar yenes por pesos es distinta debido a la diferente relación de precios en cada país.

Por lo tanto, ambos se beneficiarán al comerciar con una tasa de cambio entre esos dos límites, (40 y 80 yenes por peso) digamos con tasa de 60 yenes por un peso.

Entonces en Japonia:

20 radios	x	24,000 yenes c.u.	= 480,000 yenes
5 TV's	x	1,200 pesos c.u. x 60 Yenes c.u.	= 360,000 yenes
"canasta"			= 840,000 yenes
ahorros:			= 120,000 yenes

La pérdida al impedir el libre comercio

Y en Latinia:

20 radios	x	24,000 / 60 pesos c.u.	= 8,000 pesos
5 TV's	x	1,200 c.u.	= 6,000 pesos
"canasta"			= 14,000 pesos
ahorros:			= 4,000 pesos

En otras palabras, Japonia perdería 120,000 yenes y Latinia perdería 4,000 pesos en cada canasta al impedírseles el libre comercio.

Al perder las ventajas competitivas, se desaprovecha la oportunidad de obtener algo más barato.

El comercio libre permite liberar recursos y todos se benefician

El comercio libre, sin obstáculos, permite liberar capital humano y recursos físicos, puesto que los ciudadanos de ambos países pueden ahorrar al comprar sus canastas. Por ello, cada país incrementa su poder de compra .

Al existir el libre comercio, las personas pueden comprar más (porque han ahorrado) y los recursos naturales y humanos están mejor aprovechados.

El libre comercio beneficia a todos porque libera recursos, ya que cada persona perfecciona su actividad/producto y no invierte en probar diversidad de productos, perdiendo tiempo, oportunidades y recursos.

Obstáculos al libre comercio

- No permitiendo la división del trabajo
- Con impuestos de importación altos (prohibitivos), tan elevados que anulen el beneficio.

Glosario

iArancel. Es el tributo que se aplica a los bienes, que son objeto de importación o exportación. El más extendido es el impuesto que se cobra sobre las importaciones, mientras los aranceles sobre las exportaciones son menos corrientes.

Asignación. Cantidad de dinero establecido para algún fin.

Crucial. Decisivo, fundamental.

Desequilibrado. Que carece de equilibrio. No en equilibrio.

Espontáneamente. Que se hace de forma voluntaria

Intangibles. Que no puede tocarse. Activo que tiene un valor, pero que no puede verse (como patentes o marcas). Calificativo de todo aquello que no tiene una presencia corpórea o física, y que no está destinado por la empresa para su venta.

Yenes (Yen). Es la unidad monetaria utilizada en Japón.

Marginales. Que están al margen, al borde.

Mutuo. Recíproco.

Paridad. Relación de una moneda con el patrón monetario internacional vigente.

Recanalizada. Buscar nuevos mercados. Reorientar canales de distribución.

Restricciones. Reducción, limitación de algo.

Tarifas. Lista o catálogo de los precios, derechos o impuestos que se deben pagar por algo.



Referencias

Martin Krause, Economía para emprendedores, 2004

<http://www.diferencia-entre.com/diferencia-entre-ventaja-competitiva-y-comparativa/>