

ECONOMÍA INTERNACIONAL

Práctico 4: Nuevos modelos de comercio internacional

Ejercicio 1

i. En cada uno de los siguientes ejemplos explique si se trata de un caso de economías de escala internas o externas:

- a) La mayor parte de los instrumentos musicales en Estados Unidos son producidos por más de una docena de fábricas en Elkhart, Indiana.
- b) Todos los Hondas vendidos en Estados Unidos son importados o producidos en Marysville, Ohio.
- c) Todos los componentes para el Airbus, el único productor europeo de grandes aviones, son ensamblados en Toulouse, Francia.
- d) Hartford, Connecticut, es la capital de seguros de los estados del noreste de Estados Unidos.

ii. Mencione dos ejemplos de:

- a. economías de escala internas.
- b. economías de escala externas.

Ejercicio 2

Se consideran dos economías idénticas, donde se producen variedades de un producto diferenciado sujeto a economías de escala en competencia monopolística. Se conocen los valores correspondientes al equilibrio de autarquía en dichas economías:

	País A	País B
Ventas	1000	1000
Nº de firmas	10	10
Ventas por firma	100	100
Precio	3,5	3,5
Costo medio	3,5	3,5

Se conocen además los valores de equilibrio con comercio:

Ventas	2000
Nº de firmas	14
Ventas por firma	142
Precio	3,35
Costo medio	3,35

Se pide analizar cuáles son las ganancias del comercio para estas economías y explicar el origen de dichas ganancias.

Ejercicio 3

El Índice de Grubel Lloyd sirve para medir el intercambio intraindustrial de una industria de un país con sus socios comerciales. Se calcula de la siguiente forma:

$$GL_i = 1 - \frac{|X_i - M_i|}{X_i + M_i}; 0 \leq GL \leq 1$$

El siguiente cuadro muestra los valores del índice de Grubel - Lloyd para Uruguay, para diferentes sectores industriales y socios comerciales, en el año 2017

	Mercosur	Unión Europea	Resto del mundo
Agricultura y ganadería	0.521	0.255	0.094
Forestación	0.002	0.007	0.001
Manufacturas de metales básicos	0.819	0.515	0.715
Químicos	0.666	0.164	0.349
Refinación de petróleo	0.002	0.000	0.062
Maquinaria eléctrica	0.930	0.053	0.048
Productos de metal	0.047	0.058	0.046
Industrias alimenticias	0.894	0.468	0.132
Muebles	0.705	0.904	0.143
Maquinaria y equipos	0.194	0.043	0.064
Instrumentos de precisión	0.825	0.230	0.569
Vehículos automotores	0.378	0.045	0.012
Papel y productos de papel	0.442	0.222	0.246
Caucho y plásticos	0.826	0.044	0.334
Textiles	0.755	0.501	0.988
Tabaco	0.370	0.518	0.089
Prendas de vestir	0.461	0.343	0.061

Madera	0.276	0.091	0.155
Minería	0.913	0.043	0.392

Fuente: Elaborado en base a datos de Comtrade

- 1) En base a los valores del índice presentados en el cuadro, analice los patrones comerciales de Uruguay con sus socios del Mercosur y con los países del resto del mundo y determine si el país tiene un intercambio más de tipo intraindustrial o interindustrial con sus socios.
- 2) Esboce algunas hipótesis, enmarcadas en las teorías de comercio internacional vistas en el curso, que le permita explicar dichos intercambios.

Ejercicio 4

A continuación se detalla la información comercial del país A en el año 1. Los únicos bienes que se transan en esta economía son alimentos y computadoras. Calcule los índices de comercio intraindustriales de ambos bienes y del país y analice sus resultados.

Bienes	Exportaciones (millones U\$S)	Importaciones (millones U\$S)
Alimentos	300	20
Computadoras	500	420
<i>Total</i>	<i>800</i>	<i>440</i>

Ejercicio 5

En base al siguiente artículo de prensa, publicado en El Observador el 23 de febrero de 2019, discuta el rol de las economías de escala en la estructura productiva y exportadora de Uruguay.

Los servicios como bandera: ¿por qué tienen más futuro que la industria?

Luego de unas semanas intensas tras las decisiones de multinacionales como Colgate-Palmolive y Fleischmann de dejar de producir en Uruguay, el concepto de “destrucción creativa” –ideado por el sociólogo alemán Werner Sombart y popularizado por el economista austríaco Joseph Schumpeter en 1942–, volvió a ser tema de debate en la agenda pública nacional, incluso como argumento sostenido por el propio presidente de la República, Tabaré Vázquez.

Sin embargo, a la no novedosa y compleja situación que vive la industria uruguaya le subyace una realidad estructural, que responde básicamente a un país con muchas mejores condiciones para apostar a los servicios que a la industria manufacturera, circunstancia que cada vez es más evidente.

Según el doctor en Economía especializado en Comercio Internacional, Marcel Vaillant, el problema que tiene Uruguay es que para poder producir en la industria manufacturera se necesita estar mucho más integrado al mercado regional.

“El movimiento del comercio y bienestar para las economías pequeñas requiere de la mayor integración posible, cuando Uruguay a nivel regional en términos comerciales tiene poca integración. Si hay mucha integración sería indiferente estar en Uruguay que en San Pablo, y puedes acceder al mercado como si fuera tu mercado, pero esa no es la situación en la que estamos. En términos de costos estructurales para las manufacturas es más fácil que el mercado grande sirva al chico, que viceversa”, comentó.

Luego de siete años de caída consecutiva, la industria uruguaya alcanzó en el último año el menor número de personal ocupado y horas trabajadas desde 2003.

En cambio, por razones de economía de escala principalmente, Uruguay presenta condiciones mucho más favorables para crear puestos de trabajo en servicios que en fábricas, dado que, entiende Vaillant, para apostar a la manufactura el país “tiene que tener una vocación regional”, sobre todo en productos como pueden ser la levadura o los productos de limpieza, que no tienen grandes traslados desde donde fueron producidos al mercado en el que van a ser comercializados. “Pensar que la manufactura en Uruguay va a sobrevivir abasteciendo nuestro propio mercado no existe”, declaró Vaillant a El Observador.

Por su parte, en los servicios un sector que sobresale –aunque no el único– como paradigmático es el de la tecnología de la información, que crea entre 20 y 30 empresas al año. El presidente de la Cámara Uruguaya de Tecnologías de la Información (Cutí), Leonardo Loureiro, señaló que en esta rama –a diferencia de lo que ocurre con las fábricas o manufacturas– la mayor concentración en el trabajo “está dirigida a la exportación, para lo que no hay límites”. Explicó además que a diferencia de la industria, la mayor inversión se da en los recursos humanos, dado que el 80% de la estructura del gasto es en personal y la inversión en activos de capital es mucho menor.

“Cuanta más gente tenemos mayores son las posibilidades para nuestras empresas. Siempre que me preguntan digo que el límite nuestro es infinito. Podemos exportar infinidad de cosas”, comentó Loureiro.

En el año 2017 la industria tecnológica facturó US\$ 1.500 millones, de los cuales US\$ 650 fueron en exportación y el resto en el mercado interno. El sector en la actualidad emplea a 14 mil trabajadores –con desempleo cero– y es el mayor exportador a Estados Unidos.

Por su parte, el docente e investigador de la Udelar, Diego Vallarino, dijo a El Observador que lo que también acontece es que en el área de los servicios –y sobre todo en lo tecnológico– la mano de obra es mucho más especializada. “Entonces, por más que en las empresas de software el tipo de cambio es importante, no es tan esencial como para los rubros industriales”, explicó.

Vallarino dijo que en el caso de la tecnológicas desde la década de 1980 se desarrollaron los factores estructurales para el desarrollo del sector informático, incluso con muy buena educación, que permitió que esa industria avance de manera más avanzada en comparación a América Latina.

“Si lo pensamos en términos de desarrollo, para la industria tecnológica se ha creado en los últimos años una infraestructura como si se hubiesen puesto rutas y tren. Los servicios cuentan además con un respaldo que cuando te apoyas arriba tienen un valor agregado que va de la mano con la formación de la gente, y que permite también apropiarse casi en tiempo real del valor que se crea. En cambio, en la industria se genera valor pero después no sabes si te lo vas a apropiar”, comentó Vallarino.

El especialista complementó sosteniendo que en el caso de la industria manufacturera, si bien tuvo un desarrollo temprano, desde la sustitución de importaciones hasta el día de hoy nunca “pudo despegar para ser competitiva, por distintos factores como de escala o de situación geográfica”.

Loureiro, sin embargo, acotó que esa dinámica en el grado de la especialización va a ir cambiando con la incorporación de la tecnología en la industria, lo que “va a llevar a que se requiera de personal con mayor capacitación”.

En el turismo, por ejemplo, la oportunidad radica en que al Uruguay ser un país pequeño y que no recibe tanta cantidad de turistas en términos relativos, se vuelve más factible poder dar valor agregado a partir de la individualización del cliente. “Lo mismo ocurre con el comercio y el consumo. Es más sencillo personalizar al ser pequeño porque no depende de la escala, es una ventaja”, reflexionó Vallarino.

El mundo como oportunidad

Por otro lado, las zonas francas desplegadas en todo el territorio nacional representan el empleo de 14 mil personas, el 34% del total de los servicios exportados y el 28% de los bienes, si se toman en cuenta las pasteras. En general, explicó el presidente de la Cámara de Zonas Francas del Uruguay, Diego Licio, en esos enclaves aduaneros pululan servicios de logística, además de audiovisuales, contables, financieros, administrativos y comerciales para empresas y conglomerados de toda América.

Licio dijo que una de las características clave de los ecosistemas empresariales de las zonas francas, es que se capta la gente más capacitada que hay en Uruguay. “Es una gran herramienta de retención de talento”, comentó.

En la actualidad hay en el país al menos 60 empresas que utilizan a Uruguay con el concepto de hub regional. Para el coordinador del Programa de Servicios Globales de Uruguay XXI, Alejandro Ferrari, esto se debe a que a pesar de que en temas de costos no se es tan competitivo, la estabilidad política-económica, la seguridad jurídica, la pata tecnológica y los servicios de buena calidad, la mano de obra especializada, además de regímenes e incentivos impositivos, hacen que Uruguay resulte un país atractivo para brindar servicios “hacia las Américas”.

En este sentido, Vaillant reflexionó que en los últimos años “la modernidad de Uruguay en términos de transformación productiva ocurrió en los productos intensivos en recursos naturales con sus procesos industriales y en los servicios”.