

El comercio: sector productivo

LUIS E. RIVERO M.

Producción y utilidad

Comúnmente la gente piensa que la producción es un proceso organizado, realizado a mano o con ayuda de máquinas, para transformar materias primas en productos terminados, es decir, convertir recursos que no son tan útiles en la forma como los provee la naturaleza o el trabajo de otras personas, en bienes de consumo, como los alimentos, o en bienes para producir otros bienes, como maquinaria o equipos industriales. Ciertamente eso es producción. Pero los economistas hacen hincapié en que la producción es un concepto más amplio que la sola manufactura, que comprende muchas actividades no consideradas normalmente como tal.

Puesto que la función central de cualquier economía, sin importar cuán simple o compleja sea, consiste en transformar los recursos en cosas útiles, de acuerdo con lo que esa economía escoja tener, **se define la producción como toda actividad o proceso que crea o aumenta la utilidad presente o futura de un bien o servicio.**

Así, la producción ocurre cuando **los atributos físicos** de los recursos son modificados, como cuando **la iniciativa** de alguien permite que una semilla sembrada se transforme en una fruta, una vaca fecundada procrea un ternero o una pieza de aluminio se convierte en el ala de un avión. Pero también se genera producción cuando se mejora **la disponibilidad de tiempo y lugar** de los bienes y servicios. Un profesor de anatomía que ayuda a que un estudiante se convierta en médico, está produciendo: ha contribuido a que ese estudiante sea más útil para la sociedad. Las legumbres cultivadas en Mérida no son útiles a los habitantes de Apure hasta que un comerciante (público o privado) las pone a disposición de estos; **la actividad del comerciante ha generado utilidad; por eso es producción.**

La riqueza material como mito

Muchas personas creen que la economía tiene que ver, sobre todo, con lo material: con los objetos que se pueden tocar, con el bienestar material, con los objetivos materiales que se persiguen. Pero eso no es así. El término material no tiene necesariamente que estar unido al de riqueza. Aunque una economía dada produzca muchos alimentos, automóviles, casas, oro, pelotas de béisbol, **ninguna de esas cosas es riqueza, sino están disponibles para alguien que las valore.** El agua es apreciada, incluso calificada como vida, pero no es riqueza para quien vea su casa arrastrada por un río desbordado. Un aparato de aire acondicionado es parte de la riqueza de muchos, pero no lo es para quien viva en la parte alta de los Andes venezolanos. El plástico de una tarjeta de crédito vencida es basura para un adulto, pero probablemente es un juguete apreciado por un niño.

La valoración de las cosas también tiene que ver con el crecimiento económico: éste no se basa sólo en la producción aumentada de bienes y servicios, sino también en la de aquellos elementos que sean apreciados por la gente, los cuales constituyen su riqueza.

La eficiencia: concepto valorativo

Inclusive, una idea tan utilizada por los economistas como, **la eficiencia**, tiene que ver con la valoración. Se puede argumentar, por ejemplo, que es ineficiente procurarse calor con la quema de un violín Stradivarius frente a la alternativa de hacerlo utilizando leña común, pero si la vida está en riesgo por hipotermia y no hay nada más para quemar, el sentido de valor del violín cambia y su uso para aquel fin se hace eficiente. Si se sostiene que el automóvil eléctrico es más eficiente que el de gasolina, el criterio puede modificarse si disminuye el precio de la gasolina en relación con el de la electricidad.

Así, aun cuando objetivamente haya que aceptar que, en abstracto, el potencial energético de un kilo de carbón es menor que el de un litro de gasolina, muchas otras variables intervienen para determinar la eficiencia de uno frente al

otro en un momento determinado; porque disponer de carbón o gasolina depende de factores que le tienden a fijar el valor de cada uno (por ejemplo, guerras, huelgas, desastres naturales, distancias, insumos utilizados para generar cada uno de ellos, precios, entre otros).

En conclusión, entonces, la eficiencia es un concepto valorativo: **tiene que ver con la proporción de valor de lo producido con respecto al valor de los insumos a utilizar** (o factores de producción); las modificaciones en los gustos, preferencias, precios, entre otros elementos, pueden cambiar la eficiencia de una actividad, de una máquina, de un mecanismo dado. Esquemáticamente:

$$\text{Medida de la eficiencia} = \frac{\text{valor de producción}}{\text{valor de los insumos}} \quad (1)$$

Esto último es válido hasta para la ingeniería: aunque un ingeniero defina eficiencia como el porcentaje de potencia esperable de una máquina con respecto a la energía consumida, a lo que se está refiriendo realmente es al **trabajo** realizado en relación con la energía suministrada. Entonces hay que definir qué se entiende por trabajo realizado, porque éste depende de **lo que se desee o busque** conseguir: si se compara la máquina A con la máquina B y se adelanta que la A es más eficiente, tal vez lo que implica es que A pierde un porcentaje menor de energía, pero la pérdida de energía también es trabajo, solo que no es trabajo **útil**. Por lo tanto, **el trabajo perdido es algo no deseado: allí entra una valoración también**. Luego, la eficiencia tampoco se reduce en el campo de la ingeniería solo a conceptos tecnológicos.

Si en vez de energía se tratara de optimizar otras variables, como el tiempo empleado para dar lugar a algo que se desea, las consideraciones serán similares. La conclusión es que **la eficiencia es un concepto ineludiblemente valorativo**.

El comercio visto por la sociedad

En el mundo occidental, el comercio ha sido usualmente mal visto, hasta demonizado. Se tiene la impresión de que no se gana nada con **el intercambio solamente**, que lo que se hace con él es trocar una cosa por otra. Tal forma de pensar, inclusive, ha creado animadversión hacia el comerciante, al verlo como un intermediario que desempeña una labor legal pero innecesaria.

De ello se concluye que la ganancia del comerciante no se justifica, que más bien constituye un costo adicional pagado por la sociedad; mientras que el ingreso obtenido

por el agricultor, el ganadero, el artesano, provienen, al fin y al cabo, de la generación de algo que antes no existía.

Es verdad que empresas manufactureras, agrícolas, ganaderas, constructoras, mecanizadas o artesanales, comercializan sus productos; pero muchas no lo hacen. En este último caso, usualmente la razón se encuentra en que el comercio las distrae de sus actividades iniciales, o los recursos que deben destinar a esta actividad no se justifican económicamente, en cuyo caso el comercio per se encuentra la forma de hacerlo. Hasta personas que analizan procesos económicos cometen el error de separar el comercio de la producción, por ejemplo, al referirse a las actividades del sector agroalimentario y dividirlos en producción, procesamiento y distribución. En Venezuela, los ganaderos, igualmente como ejemplo, se autodenominan productores. Y lo son. Pero también los comerciantes.

Las ideas centrales del comercio como producción

En el siguiente párrafo se explican estas ideas: **cuando el intercambio es voluntario (en este caso, entre el comerciante y su cliente) ambas partes ganan porque consiguen lo que desean. Tal hecho es posible porque los productos que cambian de mano (bienes, incluido el dinero y servicios) tienen valor distinto para cada uno de los participantes. Si el valor que cada parte fija a lo que lleva para intercambiar fuese igual, no habría negociación.**

En un **intercambio voluntario ambas partes ganan porque entregan algo de menor valor para conseguir algo que tiene un valor superior**: si la persona A entrega un par de zapatos a cambio de una camisa que le ofrece la persona B, para A la camisa vale más que los zapatos; y para B los zapatos valen más que la camisa. Si no fuera así, no se llevaría a cabo la negociación. Si la persona C paga 50 bolívares por un bolígrafo, es porque el bolígrafo vale más para él que los 50 bolívares; y el comerciante accede a la transacción porque los 50 bolívares le son más valiosos que el bolígrafo. Al contrario, no es normal que alguien dedique tiempo a intercambiar un billete de 50 bolívares por otro exactamente igual de 50 bolívares; aquí la valoración sería igual y por eso no hay incentivos para llevar a cabo el intercambio.

Con suficiente información, es decir, dejando de lado la posibilidad de que alguno de los dos cometa fraude con lo que ofrece y apartando la negociación por medio de la intimidación o la coacción, el intercambio libre siempre se hace porque intermedia la valoración desigual. Tal vez la

persona que compra el bolígrafo salga pensando que es muy caro, pero **si lo compró voluntariamente es porque está mejor con el bolígrafo que con los 50 bolígrafos**; su juicio sobre el **precio** posiblemente está relacionado con el nivel de inflación del país, pero no con el **valor subjetivo** que le fija a ese bien.

Los fabricantes de los bienes comercializados, sin proponérselo, han dado lugar a bienes que el comercio revaloriza: para la persona A del ejemplo anterior, la relación de valor de la camisa a valor de los zapatos es mayor que 1; para la persona B, la relación de valor de los zapatos a valor de la camisa es mayor que 1. Esquemáticamente y de acuerdo con la ecuación (1)

$$\text{Para A} = \frac{\text{valor de la camisa}}{\text{valor de los zapatos}} > 1; \text{Para B} = \frac{\text{valor de los zapatos}}{\text{valor de la camisa}} > 1 \quad (2)$$

Tal como se aclaró al principio, dado que la eficiencia se mide por la proporción de un valor con respecto a otro, no por la relación física, se puede concluir que el intercambio es un acto de producción: la persona A utiliza los zapatos como insumo (o factor de producción) y obtiene más valor (la camisa), mientras que B usa la camisa como insumo y obtiene más valor (los zapatos). **Para los dos el comercio ha resultado en un proceso productivo sin requerir elementos físicos adicionales.** Téngase presente, nuevamente, que lo importante es lo que experimentan las personas (naturales o jurídicas). No el mundo material. De eso se trata la economía. El intercambio ha generado más valor; ha aumentado la producción, y todo, porque ha incrementado la utilidad. Esto va en línea con la idea de que para considerar a la producción como económicamente racional, debe representar la transformación de una forma menos deseada a otra más deseada.

Así, ambas partes estarán dispuestas a llevar a cabo el intercambio, porque cada una espera ganar algo con ello. Y cada una repetirá un intercambio la siguiente vez (o se negará a hacerlo), porque sus expectativas han probado ser correctas (o equivocadas) en el pasado reciente. Dos elementos determinan las características de cada acuerdo de intercambio: cuánto es el valor que cada participante le asigna a lo que está dispuesto a negociar y cuál es la habilidad de cada uno para llevar adelante la transacción.

Las habilidades dependen de muchos elementos que escapan al campo de la economía. Queda por explorar lo que cada parte puede llevar a la negociación, de donde luego

vendrá la valoración subjetiva a la que se hizo referencia antes. Durante cerca de dos siglos y medio, los economistas han sido fervientes defensores del comercio entre naciones, lo que ha constituido la base para los acuerdos de integración internacional regional. Los principios en los que se sustenta la idea del comercio internacional son los mismos que permiten el intercambio entre personas naturales y jurídicas, incluidos los comerciantes. En otras palabras, el paso de las personas a naciones, y viceversa, tiene la misma fundamentación, como se explica de seguidas.

Cuando alguien realiza un acto cotidiano, por ejemplo, almorzar en el restaurante de su sitio de trabajo, está poniendo por delante las ganancias del comercio: en vez de prepararse él mismo su comida, el sentido común le indica que en esas circunstancias es preferible comprar el alimento ya preparado que ir hasta su casa a cocinar para luego volver a su trabajo; o que es mejor comprar un pantalón que tratar de fabricárselo. Pagando por el almuerzo o por el pantalón se obtiene poder para realizar la actividad que se sabe hacer mejor. Poniéndolo de otra manera, **especializándose en algo consigue mejorarse el nivel de vida.** Es común que las personas actúen de esa forma y a nadie se le ocurriría que debe cocinar, coser y hacer el trabajo usual con el que genera su ingreso, solo para protegerse de la competencia desleal de los cocineros o de las costureras.

Un médico, por ejemplo, probablemente atenderá mejor a sus pacientes a la entrada del consultorio, que su secretaria, pero obtendrá mayor provecho de su trabajo concentrándose en la salud de sus pacientes. Así, tanto él como su secretaria tienen un trabajo productivo que llevar a cabo. Con ello la actividad de ambos hace a la clínica más eficiente. Lo mismo sucede con la economía de un país o entre países: **el comercio permite ganar eficiencia.**

El comercio en el mundo real

Aunque las ideas expresadas en los párrafos precedentes estaban dirigidas a explicar **conceptualmente** la importancia del comercio como actividad económica, en la vida real se pueden señalar esquemáticamente muchos hechos sobre su importancia, como por ejemplo, los siguientes:

- a) El comercio ha sido una variable determinante del desarrollo de las ciudades durante siglos; de hecho, con pocas excepciones, las ciudades han surgido por la inclinación de las personas a intercambiar bienes y, además, relaciones sociales de toda clase; lo que ha determinado que el comercio haya generado forma y sentido a sus calles. El orden urbano nació así en buena medida por la actividad económica presente.

PRESIDENTE

Nelson J. Merentes D.

PRIMER VICEPRESIDENTE GERENTE

Eudomar Tovar

**GERENTE DE COMUNICACIONES
INSTITUCIONALES**

Txomin las Heras

GRUPO EDITOR

Luis E. Rivero M.

Omar Mendoza

Txomin las Heras

María Fernanda Marcano

Francisco Vallenilla

**JEFE DEL DEPARTAMENTO
DE INFORMACIÓN**

María Fernanda Marcano

CONCEPCIÓN GRÁFICA

Claudia Leal

DIAGRAMACIÓN

Jesús Alberto Páez Arvelo

CORRECCIÓN

Departamento de Publicaciones

ISSN: 1315-1407

LOS ARTÍCULOS DE OPINIÓN
NO REFLEJAN NECESARIAMENTE
LA POLÍTICA INFORMATIVA DEL BCV.
EL GRUPO EDITOR
EVALÚA LOS CONTENIDOS
DE ESTA PUBLICACIÓN.

- b) En la teoría moderna del crecimiento económico sobresale la importancia de las **ideas innovadoras** como motor: el chip, el container y los centros comerciales, entre otras, son señalados como tales. El centro comercial ha sido considerado un avance en ese sentido, porque sus visitantes pueden contar con un espacio con ventajas como variedad y concentración de tiendas, buen clima, seguridad personal, espacios para caminar y actividades que permiten recreación, generalmente con facilidades de estacionamiento, y democráticos en el sentido de que diversas clases sociales tienen acceso en las mismas condiciones. Por supuesto, también con las situaciones que crean en su ambiente exterior.
- c) Además, en un contexto de información incompleta, la actividad comercial facilita un importante ahorro de tiempo de búsqueda y el desarrollo de las fuerzas productivas, en el sentido de que los comerciantes pueden adaptar los productos a las necesidades y gustos de las personas.
- d) También el comercio es una actividad demandante de empleo e insume energía y otros servicios, que si bien suman costos, a su vez permiten la generación de valor agregado y, por lo tanto, de producto en los sectores demandados. El hecho de ser una actividad generadora de empleo, a su vez, contribuye al proceso de dinamización de las demás actividades económicas porque se alienta el consumo.
- e) Como cualquier otro empresario, el comerciante está obligado a basar su empresa en ideas, trabajo duro y la incursión en riesgos. Y a buscar eficiencia porque en ese sector la competencia es más visible que en muchas otras actividades.
- f) Es muy extensa la literatura económica dedicada a señalar las ventajas del comercio internacional. En el caso de Venezuela baste solo con mencionar la idea de que lo que el petróleo ha significado para la vida de los venezolanos ha sido también gracias a su comercialización.
- g) Finalmente, en Venezuela, en los 14 años transcurridos desde 1997 hasta 2011, de acuerdo con información del Banco Central, Comercio y restaurantes y hoteles, es el más importante empleador, pues ocupa alrededor de 1 de cada 4 personas. Además, su aporte a las finanzas públicas está creciendo: de situarse en el quinto lugar a finales de la década de los noventa, pasa en los años 2010-2011 al tercer puesto como actividad pagadora de impuestos. Por otro lado, ha contribuido con la generación de alrededor del 10% del valor agregado bruto total del país y su tasa de crecimiento promedio interanual es del 4,10% en ese periodo, mientras que la del producto interno bruto total ha sido del 2,6%. Por cierto, la tasa de crecimiento promedio interanual del comercio llevado a cabo por el sector público ha sido del 81,92%, también en ese periodo. Según información de la Superintendencia de Bancos y Otras Instituciones Financieras, la actividad referida mueve con fuerza al crédito bancario, pues su contribución se sitúa en torno a un tercio con respecto al total de la cartera de crédito. No se podría exagerar su importancia ante tales hechos.
- h) **Conclusión:** las ganancias que se obtienen con el comercio (dentro de un país e internacionalmente) constituyen una de las ideas fundamentales de la economía. Las personas y los países tienden a especializarse en determinadas tareas y a intercambiar lo que tienen por lo que necesitan. **Así, el comercio enriquece a los países y aumenta el nivel de vida de todos.**