

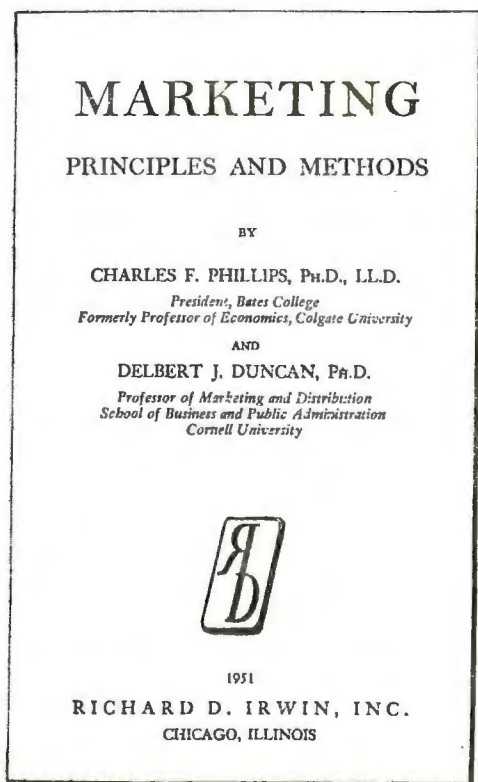
MARKETING, PRINCIPLES AND METHODS

Por CHARLES F. PHILLIPS & DELBERT J. DUNCAN.

1951. Richard D. Irwin, Inc. Chicago, Illinois.

La sexta edición de la obra de los profesores economistas *Phillips* y *Duncan* de la *Colgate University* y la *Cornell University*, acredita la extraordinaria demanda que encontró la abundante información de mercado, el análisis de los factores del mismo y sus orientaciones para que tanto productores como comerciantes pudieran operar razonablemente dentro del mecanismo de distribución cada vez más complejo de los Estados Unidos de N. A.

Los Principios y Métodos de Mercado se desarrollan en 730 páginas, texto que se distribuye en siete partes y un índice analítico.



Aunque los autores concibieron este tratado del mercado con fines docentes, pronto se convirtió en una obra de estudio y consulta no sólo para los estudiantes de economía y de los negocios norteamericanos, sino para los productores industriales, hombres de negocios y comerciantes. Es que los autores consiguieron presentar con método impecable los abundantes materiales informativos, que se concretan a la descripción de los hechos en el juego de la oferta y la demanda, los precios, transportes, etc., equilibrándolos con exámenes críticos de esa información, los mismos que orientan y forman criterio en los lectores atentos y en los hombres de negocios que manejan esos hechos. Para este resultado los autores han empleado el instrumental de análisis económico, siguiendo sus propios puntos de vista que expresan francamente en el desarrollo de la obra. Por esto, aunque no todos los lectores estarán de acuerdo con las opiniones mismas de los autores, será difícil dejar de reconocer la claridad documentada de la exposición y la lucidez del análisis que le sigue.

En cuanto al método mismo empleado en la obra, expresan los autores en un breve prefacio: "La organización del material en el libro refleja el cambio ocurrido en el énfasis puesto sobre el modo de tratamiento y la aproximación a dicho material que viene ocurriendo en el campo de la enseñanza durante los últimos años. Hombres de negocios y maestros por igual reconocen ahora, en grado creciente, que los planes firmes de mercado comienzan con el consumidor final o con el usuario industrial y se remontan, pasando por los intermediarios al menudeo y mayoristas, hasta los productores o los fabricantes".

La primera parte, introductoria, establece la naturaleza, alcances y significación del mercado, así como las funciones e instituciones del mismo; en las partes siguientes, se expone, discute y plantea situaciones respecto al consumidor final, el usuario industrial y el mercado (Parte II), el comercio de menudeo de artículos de consumo (Parte III), el comercio de mayoreo de artículos de consumo (Parte IV), el comercio de bienes industriales, incluyendo las materias primas (Parte V), las políticas y prácticas de mercado (Parte VI) y, por último, las actividades del mercado y el Gobierno (Parte VII).

En suma, obra de utilidad fundamental para conocer la estructura y los mecanismos del mercado tal como se ha desarrollado en los Estados Unidos de N. A., de su estudio se derivan provechosas enseñanzas aplicables también a los países que están actualmente desarrollando su economía.

La representación gráfica de los procesos económicos y de las variaciones introducidas por los movimientos de uno o más de sus factores, es uno de los esfuerzos más interesantes en el intento de objetivarlos, casi físicamente, en su secuencia o en su reiteración a través de la historia. Desde una representación gráfica elemental, con apoyo en elementos simplemente aritméticos, hasta la representación algebraica, pasando por la geométrica, se han producido numerosas tentativas más o menos felices de expresión de esta necesidad.

Naturalmente, la representación gráfica es necesaria como medio o instrumento de fijar los esquemas y líneas de desarrollo y de tendencia de los más diversos fenómenos de la economía. Pero es en el campo del comercio exterior donde ha sido siempre más eficaz esta clase de representación. Y es aquí donde el profesor *Meade*, uno de los especialistas británicos más brillantes, catedrático de la Universidad de Londres y autor de la *Teoría Política del Comercio Internacional*, ha ensayado la representación geométrica.

La base de esta representación está en el empleo de las *curvas de indiferencia*, para cuyo trazado se abstrae una serie de elementos de complicación en los procesos del comercio internacional, trabajándose las hipótesis en condiciones de relación bilateral de dos países tipo, en condiciones de oferta y demanda libres y sin la concurrencia de factores de variación (la decisión del consumidor, los incentivos, etc.) y supuesto que la producción total es fija, de modo que al aumentar la producción de una mercancía, otra mercancía particular disminuye en la misma proporción; y, por último, que la balanza comercial siempre es perfecta, es decir, de paridad, o de saldo cero.

Tantas limitaciones restan considerable utilidad a la representación geométrica en los usos prácticos de la política de comercio exterior. Sin embargo, abonan su utilidad la objetivación de las líneas de tendencia, las formas del intercambio entre dos países y los movimientos de entrada y de salida de mercancías. Especialmente es útil este método aplicado a las perspectivas históricas del comercio exterior, a condición de no olvidar los supuestos teóricos y los planteamientos restrictos de la hipótesis.

Todas estas limitaciones las reconoce previamente el autor. "Intenta (la obra, dice) presentar, sistemáticamente, la técnica fundamental de la geometría, que se usa a menudo para el análisis de la teoría del comercio. Las representaciones no se emplean en el libro para resolver ningún problema económico... sencillamente sirven para demostrar cómo diversas situaciones del comercio pueden representarse geométricamente, así como para que el estudiante pueda emplear por sí mismo la técnica de la representación geométrica en la solución de los varios problemas que encontrará en adelante".

Reconoce el autor, también, que esta representación exige, como hemos dicho, la simplificación del comercio internacional hasta reducirlo a sólo comercio bidimensional, aunque no siempre dicha simplificación se logra totalmente, ni sea posible exigir que conserve su utilidad práctica en todo caso. Pero, por otro lado, la validez de este esfuerzo está en que, además de auxiliar en la comprensión de los fenómenos del comercio internacional, puede dar una visión interior de la esencia de ciertos problemas. Ocurre, en muchos casos, que esta visión de la naturaleza íntima de un fenómeno económico sólo se alcanza haciendo abstracción de numerosos aspectos secundarios y de complicación, propios de los hechos económicos en la realidad. El resultado, en cualquier caso, es que se tienen "indicios" y no pruebas; de modo que hay necesidad de sumarle conclusiones adicionales que se alcanzan con el análisis de las series de factores y circunstancias de que se hizo abstracción previa.

Geometría del Comercio Internacional ocupa 112 páginas y 48 tablas de representación gráfica. El texto se desarrolla en los siguientes capítulos: 1) los supuestos previos, 2) mapa de indiferencia-consumo y de indiferencia-comercio; 3) equilibrio de comercio libre con balanza comercial cero; 4) el caso de los costos constantes, 5) el caso de los costos decrecientes; 6) representación de la política comercial con balanza comercial cero; 7) balanza comercial deficitaria y tasa de cambio en condiciones de comercio libre; 8) el caso general y 9) mapa de indiferencia-comercio y de bienestar económico.

A GEOMETRY OF INTERNATIONAL TRADE

James Edward Meade

C.B., M.A.
*Professor of Commerce
in the University of London*

London
GEORGE ALLEN & UNWIN LTD
Ruskin House. Museum Street