

EL CRECIMIENTO DEL COMERCIO INTERNACIONAL A PARTIR DE LAS CONCEPCIONES DE PAUL KRUGMAN

THE GROWTH OF INTERNATIONAL TRADE FROM THE CONCEPTIONS OF PAUL KRUGMAN

Félix Chamú Nicanor¹

René Augusto Marín Leyva²

RESUMEN

El objetivo del presente artículo es analizar el crecimiento del comercio internacional a partir de las concepciones del economista Paul Krugman. De acuerdo con este autor, el comercio internacional (mercancías y servicios comerciales) está determinado fundamentalmente por economías de escala en mercados imperfectos. Las ganancias del comercio ocurrirán, incluso entre países con gustos, tecnologías y dotación de factores idénticos. A partir del análisis descriptivo del comercio internacional en el periodo 2008-2018, se concluye que el comercio ha tenido un importante crecimiento en dicho periodo, excepto en el año 2009 debido a la crisis financiera y económica mundial. En el año 2018, el comercio de mercancías tuvo una participación mayor (78%) en el comercio internacional con respecto a los servicios comerciales transados (22%). Aunque cabe señalar que, en los últimos 10 años, los servicios comerciales han tenido un mayor crecimiento, sobre todo impulsado por las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC).

Palabras clave: Comercio Internacional, Economías de Escala, Mercancías, Servicios Comerciales.

Clasificación JEL: F02, F13, F23

1 Profesor-Investigador de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo adscrito al Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales. Correo electrónico: fchamu@umich.mx

2 Profesor-Investigador de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo adscrito al Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales. Correo electrónico: rmarin@umich.mx

ABSTRACT

This article objective is to analyze the growth of international trade from the conceptions of economist Paul Krugman. According to this author, international trade (merchandise and commercial services) is mainly determined by economies of scale in imperfect markets. Trade earnings will occur, even among countries with identical tastes, technologies and factor endowment. From the descriptive analysis of international trade in the 2008-2018 period, it is concluded that trade has had an important growth in that period, except in 2009 due to the global financial and economic crisis. In 2018, merchandise trade had a greater participation (78%) in international trade compared to traded commercial services (22%). Although it should be noted that in the last 10 years, commercial services have had greater growth, especially driven by information and communications technologies (ICT).

Keywords: International Trade, Economies of Scale, Merchandise, Commercial Services.

JEL classification: F02, F13, F23

INTRODUCCIÓN

En términos económicos, el vínculo más importante entre las naciones se establece a partir del comercio de bienes y servicios, es decir, del comercio internacional. La apertura de fronteras comerciales, la firma de tratados de libre comercio, los subsidios a la exportación y la eliminación gradual de los aranceles o cuotas de importación han favorecido el crecimiento de este tipo de comercio. Dicho crecimiento comercial se refleja en la participación que tiene dentro del Producto Interno Bruto (PIB) de un país. Por lo anterior, el objetivo del presente artículo es analizar el crecimiento del comercio internacional bajo las concepciones del economista estadounidense Paul Krugman, ganador del Premio Nobel de Economía (en 2008) por sus contribuciones a la Nueva Teoría del Comercio y la Nueva Geografía Económica; analiza los patrones comerciales y la localización de la actividad económica, respectivamente (Bhattacharjea, 2008).

La Nueva Teoría del Comercio Internacional, propuesta por Krugman en 1979 y enriquecida en los últimos años, trata de dar respuesta a las preguntas pendientes de los economistas clásicos y neoclásicos sobre el comercio internacional; a la vez, que busca explicar la dinámica del nuevo comercio internacional.

El presente artículo toma como punto de partida la importancia del comercio internacional (señalada en la primera parte de este). Posteriormente, en la segunda parte, aborda la evolución y/o crecimiento del comercio internacional. Mientras que, en la tercera parte, se presenta una breve revisión de los principales modelos que tratan de explicar la dinámica del comercio internacional; desde las ventajas comparativas de David Ricardo, la dotación de factores de Heckscher Ohlin hasta llegar a la Nueva Teoría del Comercio Internacional propuesta por Paul Krugman. Finalmente, se presentan las conclusiones del artículo.

PAUL KRUGMAN Y EL CRECIMIENTO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

Importancia del comercio Internacional

Actualmente, la importancia del comercio internacional a nivel mundial se ha incrementado debido a la apertura de los mercados internacionales, a la firma de tratados comerciales y a la creciente influencia de las empresas multinacionales en la actividad económica de un país. De hecho, un aspecto esencial del panorama económico de la posguerra fue la creciente importancia de las empresas multinacionales, favorecida por el aumento súbito de las inversiones extranjeras directas (OMC, 2014).

La importancia del comercio internacional radica en que, por un lado, se cree que el crecimiento de dicho comercio traerá consigo el crecimiento económico de las naciones y, más aún, generará bienestar en los habitantes de los países participantes. Sin embargo, en los últimos años se puede observar que, si bien es cierto que ha habido crecimiento del comercio internacional, este no se ha reflejado de manera clara en el crecimiento económico y mucho menos en el nivel de bienestar de los países participantes.

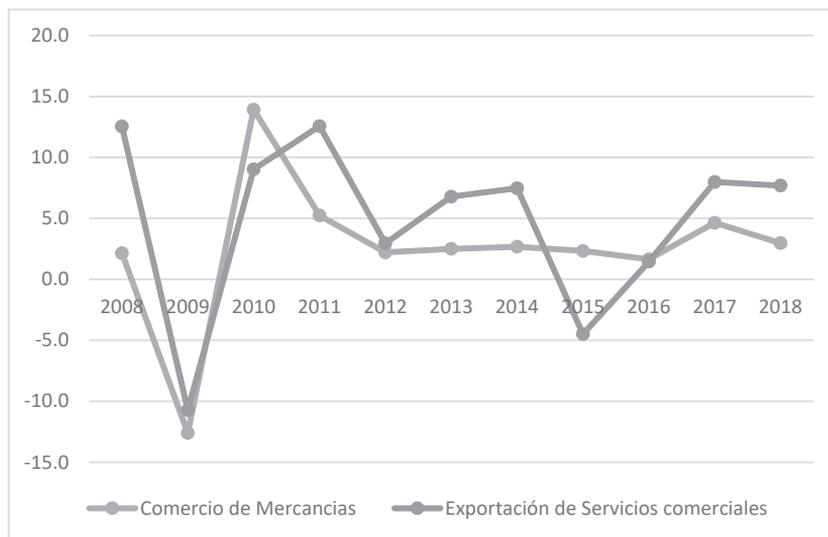
El comercio internacional favorece las economías de escala, impulsa a los empresarios a buscar nuevas vías para exportar y/o competir y, contribuye de manera positiva al desarrollo e innovación tecnológica. En palabras de Krugman (2003) “el comercio internacional permite la creación de un mercado integrado que es más grande que el mercado de cualquier país, y por lo tanto permite ofrecer simultáneamente a los consumidores una mayor variedad de productos y precios más bajos” (p. 155). Asimismo, “el comercio internacional se considera una forma de desarrollar y aceptar la explotación de economías de escala” (Krugman, 1979, p. 479); por tanto, la localización de la actividad económica y el comercio internacional

son temas de gran interés en un mundo globalizado actual. De ahí que el comercio (internacional) sea más complejo; lo anterior debido a que involucra intercambios comerciales de bienes y servicios, interactúa con flujos de inversión, de información y con el movimiento/desplazamiento de los individuos y ubica las distintas fases del proceso productivo en espacios geográficos estratégicos que ayudan a minimizar los costos de la fuerza de trabajo, a encontrar abundancia y cercanía a las materias primas, a ingresar a nuevos mercados, entre otros (Hidalgo, 2018).

El crecimiento del comercio internacional

Existe evidencia empírica de que en las últimas décadas ha aumentado el comercio internacional (gráfica 1).

Gráfica 1
Crecimiento del Comercio Mundial de Mercancías y Servicios Comerciales, 2008-2018



Fuente: Elaboración propia con base en el Examen Estadístico del Comercio Mundial 2019 de la OMC (2019).

Según la Organización Mundial del Comercio (OMC) “los servicios³ se han convertido en la columna vertebral de la economía mundial y en el componente más dinámico del comercio internacional” (2019, p. 8).

3 Referidos a la construcción, servicios financieros, servicios profesionales, servicios de distribución, servicios de TIC, transporte, turismo y servicios de salud.

Desde 2005, el comercio de servicios ha crecido a una tasa media anual del 5.4%, superior a la tasa de crecimiento anual del comercio de mercancías (4.6%) (ibidem, p. 23). Además, el sector servicios se ha convertido en la primera y más importante actividad económica y fuente de empleo en la economía mundial.

El comercio mundial de servicios en 2018 ascendía a 5.63 billones de dólares. Gran parte del comercio de servicios tiene lugar a través de la Inversión Extranjera Directa (IED). Entre 2000 y 2012, el valor nominal de las exportaciones mundiales de servicios ascendió a un ritmo del 11% anual. Sin embargo, los flujos comerciales de servicios se han concentrado en unos pocos países, hasta el punto de que los diez principales exportadores representaban el 51% de las exportaciones mundiales (economías asiáticas como India, China y Singapur lideran la lista) (Naciones Unidas, 2013). Cabe señalar que, en 2018, las exportaciones mundiales de servicios informáticos crecieron 17% y que, Estados Unidos fue el principal comerciante de servicios comerciales del mundo (OMC, 2019, p.9).

De acuerdo con el Informe sobre el Comercio Mundial de la OMC (2014), el crecimiento promedio del comercio mundial en los últimos 20 años fue de 5.3%, mientras que para los 20 años inmediatamente anteriores a la crisis de 2008-2009, el promedio de crecimiento fue de 6% (OMC, 2014). Dicho crecimiento se ve afectado por factores económicos como la demográfica, la inversión, la tecnología, la distribución geográfica y disponibilidad de la energía y otros recursos naturales, los costos de transporte y las instituciones, así como por factores sociales y políticos (OMC, 2013).

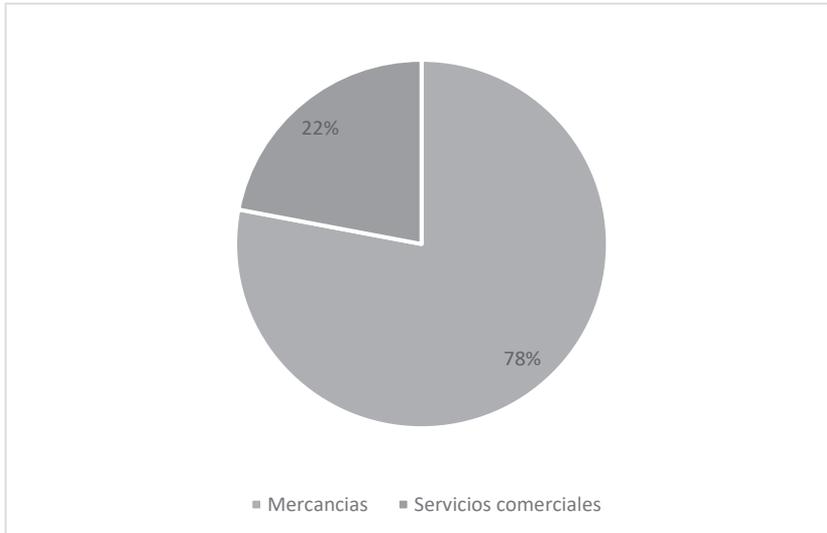
En términos del volumen de las exportaciones mundiales de mercancías, en el periodo 1990-2018, ha aumentado considerablemente, y solo ha mostrado una caída en 2008-2009, debido a la crisis financiera y económica mundial surgida en el sector hipotecario de Estados Unidos de América. En este sentido, se resalta que, en 2018, las exportaciones mundiales de combustibles y productos de las industrias extractivas, productos manufacturados y productos agropecuarios aumentaron un 23%, un 8% y un 5%, respectivamente (OMC, 2019).

En los últimos 10 años se ha producido una importante expansión del comercio internacional. Pese a la crisis económica, el comercio internacional de mercancías ha registrado un acusado crecimiento que lo ha llevado a triplicar su valor desde 2002, con lo que se ha situado en los 19.67 billones de dólares en 2018 (OMC, 2019, p. 8), siendo los países en desarrollo responsables de casi la mitad de las exportaciones de mercancías

del mundo.⁴ Cabe resaltar que China fue el principal comerciante de mercancías del mundo en 2018. El comercio internacional de los diez últimos años se ha visto influido por la expansión de las cadenas de valor mundiales, sobre todo en sectores como la electrónica, telecomunicaciones y los vehículos de motor, los cuales han experimentado una enorme expansión a lo largo de ese tiempo.

De manera general, el comercio mundial se divide en comercio de mercancías y servicios comerciales. En 2018, la participación porcentual del comercio de mercancías fue de 78%; mientras que, la participación porcentual de los servicios comerciales fue de 22% (gráfica 2).

Gráfica 2
Comercio Mundial de Mercancías y Servicios Comerciales 2018.
Participación porcentual.



Fuente: Elaboración propia con base en el Examen Estadístico del Comercio Mundial 2019 de la OMC (2019).

También, cabe señalar que, durante el periodo 2008-2018, los principales comerciantes de mercancías y servicios del mundo fueron Estados Unidos de América, China, Alemania, Japón, Francia, Reino Unido y Países Bajos (OMC, 2019).

⁴ En 2018, las exportaciones de las economías en desarrollo ascendieron a 8,779 billones de dólares.

En suma, los datos estadísticos indican que el crecimiento del comercio internacional ha sido importante. Con lo que surge la interrogante, ¿Qué explica dicho ritmo de crecimiento y cuáles son los patrones de dicho comercio? Desde Adam Smith y David Ricardo se ha tratado de explicar los patrones del comercio internacional, sin embargo, sus modelos resultan insuficientes para explicar la dinámica actual. Por esta razón, se presenta la teoría del nuevo comercio internacional de Paul Krugman que trata de explicar dichos patrones del comercio internacional.

Modelos del comercio internacional: Krugman y el nuevo modelo

El mercantilismo, corriente de pensamiento económico caracterizada por centrar su atención en la riqueza y la actividad económica, consideraba al comercio exterior como un medio para que los países pudieran atesorar metales preciosos (monedas de oro y plata), considerados como la forma más aceptable de riqueza (Encinas, et al., 2012). Los mercantilistas buscaban tener una balanza comercial favorable a partir de la expansión del comercio de exportaciones (vía descubrimientos marítimos) y poniendo barreras a las importaciones (proteccionismo total). De esta manera, los mercantilistas preferían vender mercancías a los demás que comprárselas, ya que lo primero garantizaba una ventaja, mientras que, lo segundo generaba un daño inevitable a las naciones (Roll, 1994).

Para Adam Smith, el comercio internacional debería llevarse a cabo a partir de la ventaja absoluta de las naciones. En un mercado de competencia perfecta, los países debían especializarse en la producción de aquellas mercancías en las cuales tuvieran una ventaja absoluta e intercambiarlas con aquellas en las que no tuvieran dicha ventaja, con esto se lograría aumentar tanto la producción como el consumo (Encinas, et al., 2012). Sin embargo, Smith no explica qué sucede cuando una nación tiene desventaja en ambas mercancías. La teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith se basa en “la competencia, la libertad de comercio, la homogeneidad, los rendimientos constantes a escala, etc., y es una explicación perfecta del comercio Norte-Sur, del comercio entre dos regiones comerciales distintas, una abundante en mano de obra y otra en capital” (Ahmed, 2012, p. 1559).

La teoría de Smith fue reforzada con los trabajos de David Ricardo en el siglo XVII, principalmente, con su publicación de los *Principios de Economía Política y Tributación* en 1817. Con ello, se postuló el modelo Ricardiano⁵, que introduce el concepto de ventaja comparativa, y de esta

5 “Las posibilidades de producción están determinadas por la asignación de un único recurso, el trabajo, entre sectores. Este modelo trasmite la idea esencial de la ventaja com-

forma explica que en un mercado de competencia perfecta, donde los vendedores son precio aceptantes (tienen una participación marginal de tal forma que no pueden incidir sobre el nivel de precio), y donde el único factor de producción es el trabajo, un país tiene una ventaja comparativa en la producción de un bien si el costo de oportunidad en la producción de este bien en términos de otros bienes es inferior frente al de otros países (Mayorga y Martínez, 2008).

La ventaja comparativa ha sido una piedra angular de la teoría del comercio internacional: “cuando el comercio es libre, los países y (desde sus propias perspectivas) deberían especializarse en la producción de esos bienes que producen de manera relativamente más eficiente” (Neary, 2009, p. 218). En este sentido, “el comercio internacional genera ganancias a los países (a través de la ampliación de sus fronteras de posibilidades de consumo) y a los individuos (a través del aumento en los salarios reales)” (Posada y Vélez, 2008, p. 302).

Otro modelo importante en el comercio internacional es el desarrollado por los economistas suecos Eli Heckscher y Bertil Ohlin, quienes enfatizaron las diferencias internacionales en la dotación de factores como una fuente importante de ventaja comparativa entre las naciones. De acuerdo con el teorema Heckscher-Ohlin⁶, una nación exportará la mercancía cuya producción requiere el uso intensivo de su factor relativamente abundante y barato e importará la mercancía cuya producción requiere el uso intensivo de su factor relativamente escaso y caro. A este modelo se le conoce también como teoría de las proporciones de los factores o teoría de las dotaciones de los factores (Krugman, et al., 2012). Los esfuerzos de los suecos por explicar la dinámica del comercio internacional no fueron suficientes, ya que partieron de supuestos que son difíciles de observar en la realidad. Por lo que fue necesario, entre otras, el surgimiento de una nueva teoría del comercio internacional.

La nueva teoría del comercio internacional formulada por Krugman en 1979 permitió superar la explicación del economista británico David Ricardo de las ventajas comparativas, que reducía el comercio internacional a las diferencias entre países. Así, Krugman argumenta que “bajo un escenario de libre movilidad de factores, los cambios para un individuo representativo (y por tanto para la economía integrada) son idénticos, lo que quiere decir que existe sustituibilidad perfecta entre el comercio de bienes y el comercio de factores” (Posada y Vélez, 2008, p. 304).

parativa pero no permite hablar sobre la distribución del ingreso” (Krugman y Obstfeld, 2003, p. 93).

6 “Los múltiples factores de producción pueden moverse entre sectores” (ibídem).

En este mismo sentido, “el análisis del comercio internacional se centra principalmente en las transacciones reales en la economía internacional, es decir, en aquellas transacciones que implican un movimiento físico de bienes o un compromiso tangible de los recursos económicos” (Krugman y Obstfeld, 2003, p. 8).

La explicación de Krugman del comercio entre países similares fue propuesta en su artículo titulado *Increasing returns, monopolistic competition, and international trade*⁷ de 1979 en el *Journal of International Economics*, e involucra supuestos clave, por ejemplo, que los consumidores prefieren una amplia selección de marcas y que:

El comercio está impulsado por economías de escala, que son internas a las empresas. Debido a las economías de escala, los mercados son imperfectamente competitivos. No obstante, se puede mostrar que el comercio, y las ganancias del comercio, ocurrirán, incluso entre países con gustos, tecnología, y dotación de factores idénticos. (Krugman, 1979, p. 469)

El modelo también implicó la introducción de los costos de transporte, el análisis ya no se centra en el país sino en la industria, y la competencia monopolística es la estructura de mercado de la industria (Ciuriak, et al., 2011).

Lo anterior, trae como resultado el aumento en la eficiencia resultante de la producción de escala creciente y mayor bienestar para los consumidores al acceder a una amplia variedad de bienes y de menores costos de importación.

Economías de escala en la producción significa que, si cada país produce un número limitado de bienes, puede producirlos mejor y en mayor volumen; así, venderá el excedente de lo que producen y comprarán lo que no producen (Paniagua, 2014).

En su artículo “economías de escala, diferenciación de producto y los patrones del comercio” (1980) Krugman propone los siguientes supuestos: que todos los individuos en la economía tienen la misma función de utilidad, que existe un gran número de bienes producidos, que solo hay factor de la producción (el trabajo), que todos los bienes pueden ser producidos con la misma función de costos, que existen costos fijos y marginales constantes, que el producto de cada bien debe ser igual a la suma de consumos individuales, se asume el pleno empleo y que las empresas maximizan su beneficio (libre entrada y salida de empresas del mercado) (Krugman, 1980).

7 “Este artículo desarrolla un modelo de equilibrio general simple del comercio de ventaja no comparativa” (Krugman, 1979).

Una diferencia importante de Krugman, con respecto a la teoría del comercio internacional de los economistas anteriores, es que supone una estructura de mercado imperfecta: de manera particular la existencia del monopolio.

De manera adicional a la nueva teoría del comercio internacional, Krugman plantea la Nueva Geografía Económica (NGE), con la que trata de explicar de manera complementaria la dinámica y los patrones del comercio internacional (Krugman, 2008).

Con esta Nueva Geografía Económica representada por Krugman (1997) se encarga de actualizar la importancia que tiene el territorio: La NGE es una síntesis entre aproximaciones económico-espaciales que, aunque nacidas dentro de la misma corriente del pensamiento, eran en buena medida excluyentes, de ahí que la NGE introduzca una serie de fundamentos “microeconómicos” nuevos que se refieren a (Merchand, 2009):

- Ser parte de un enfoque de competencia imperfecta.
- La competencia imperfecta se encuentra ligada a un esquema de rendimiento creciente (favorecen la concentración de las actividades económicas en unos pocos espacios).
- Se otorga una importancia central al proceso de externalidades como aquellos efectos positivos o negativos generados por una actividad o empresa sobre otras de su entorno (provoca un aumento o disminución en su nivel de beneficio y/o utilidad).
- Se vincula la problemática localizatoria con otras áreas de trabajo y tradiciones del pensamiento económico (los rendimientos crecientes explicarían, de esta forma, tanto el crecimiento económico de los territorios como el concepto de proceso acumulativo).

Con estos elementos presentados por Krugman, se explica que el crecimiento del comercio internacional de las últimas décadas se debe, entre otros factores, a la existencia de economías de escala que generan bienes a menores costos, a la diversificación de la producción, al creciente número de empresas multinacionales, a la existencia de monopolios y en general, a la Nueva Geografía Económica.

CONCLUSIONES

El comercio internacional, en las últimas décadas ha tomado gran relevancia, en el marco de la globalización económica. La apertura de los mercados internacionales, las firmas de tratados comerciales y la creciente impor-

tancia de las empresas multinacionales han sido factores determinantes en el impulso de dicho comercio.

Es indudable, que el crecimiento del comercio internacional ha sido bastante significativo, ya que, a pesar de la grave crisis internacional sufrida a partir del año 2008, las tasas de crecimiento promedio del comercio mundial en los últimos 20 años se han mantenido alrededor del 5.3%.

El comercio mundial y el PIB han crecido en paralelo durante los últimos 10 años. Ambos han aumentado un 26% desde 2008 (OMC, 2019). Asimismo, entre 2008 y 2018, de los productos manufacturados, las exportaciones que más aumentaron fueron las de productos farmacéuticos, que crecieron un 4,2% anual, las exportaciones de hierro y acero disminuyeron a una tasa anual del 2.3% y el comercio mundial de servicios profesionales y de consultoría en gestión creció a una tasa media anual del 6.5%.

Sobre este escenario, las teorías clásicas y neoclásicas del comercio internacional no han sido suficientes para explicar la dinámica y los patrones del actual comercio mundial; desde Adam Smith, David Ricardo, Heckscher-Ohlin, entre otros, se han realizado grandes esfuerzos, sin embargo, han sido insuficientes y más aún cuando sus supuestos distan mucho de la realidad. Por ejemplo, cuando suponen una estructura de mercado de competencia perfecta.

Ante la falta de una teoría que sea capaz de explicar la evolución y el comportamiento del comercio internacional, Paul Krugman, propone una Nueva Teoría del Comercio Internacional y una Nueva Geografía Económica, basados en supuestos distintos a los anteriores tales como: competencia imperfecta, producción creciente de escala, diversificación de la producción, crecimiento económico de los territorios, entre otros. Además, muestra que el comercio no necesita ser el resultado de las diferencias internacionales en tecnología o dotaciones de factores.

La nueva teoría del comercio internacional propuesta por Paul Krugman, ha brindado nuevos elementos de análisis que permiten explicar de mejor forma la evolución del crecimiento del comercio internacional de las últimas décadas así como los patrones de comportamiento del mismo.

BIBLIOGRAFÍA

- Ahmed, G., 2012. Krugman Trade Theory and Developing Economies. *China-USA Business Review*, pp. 1557-1564.
- Bhattacharjea, A., 2008. Krugman's Economics: An Introduction. *Economic and Political Weekly*, pp. 24-28.

- Ciuriak, D. y otros, 2011. New-New Trade Policy. *Queen 's Economics Department*, pp. 1-15.
- Encinas, C., Rodríguez, B. & Encinas, A., 2012. Apertura Comercial y desarrollo económico mundial en la globalización. *Nova Scientia*, pp. 66-89.
- Hidalgo, R., 2018. Tendencias del comercio internacional de bienes, políticas comerciales y negociaciones multilaterales. *Economía y desarrollo*, 159(1), pp. 152-170.
- Krugman, P., 1979. Increasing returns, monopolistic competition, and international trade. *Journal of International Economics*, pp. 469-479.
- Krugman, P., 1980. Scale Economies, Product Differentiation, and the Pattern of Trade. *The American Economic Review*, pp. 950-959.
- Krugman, P., 2008. The increasing returns revolution in trade and geography. *Prize Lecture*, pp. 335-348.
- Krugman, P. & Obstfeld, M., 2003. *International Economics. Theory and Policy*. Boston: Pearson Education International.
- Krugman, P., Obstfeld, M. & Marc, M., 2012. *Economía Internacional*. Madrid: Pearson.
- Mayorga, J. Z. & Martínez, C., 2008. Paul Krugman y el Nuevo Comercio Internacional. *Criterio Libre No. 8*, pp. 73-86.
- Merchand, M. A., 2009. Reflexiones en torno a la nueva geografía económica en la perspectiva de Paul Krugman y la localización de la actividad económica. *Breves Contribuciones del I.E.G.*, pp. 206-223.
- Naciones Unidas, 2013. *Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo*. Ginebra, Junta de Comercio y Desarrollo, pp. 1-17.
- Neary, P., 2009. Putting the "New" into New Trade Theory: Paul Krugman's Nobel Memorial Prize in Economics. *The Scandinavian Journal of Economics*, pp. 217-250.
- OMC, 2013. *Informe sobre el Comercio Mundial 2013*, s.l.: OMC.
- OMC, 2014. *Informe Sobre el Comercio Mundial 2014*, s.l.: OMC.
- OMC, 2019. *Examen Estadístico del Comercio Mundial 2019*, s.l.: OMC.
- OMC, 2019. *Informe sobre el Comercio Mundial 2019*, s.l.: OMC.
- Paniagua, E., 2014. *Liberación comercial y crecimiento económico en México: Una evaluación a la política arancelaria y su impacto en las importaciones, exportaciones y balanza comercial, 1970-2012*. México: IPN.
- Posada, H. & Vélez, J., 2008. Comercio y Geografía Económica: una nota sobre la contribución de Krugman a la teoría económica. *Lecturas de Economía*, pp. 299-311.
- Roll, E., 1994. *Historia de las doctrinas económicas*. México: Fondo de Cultura Económica.