



**UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL POLITECNICA  
"ANTONIO JOSE DE SUCRE"  
VICE-RECTORADO PUERTO ORDAZ  
DEPARTAMENTO DE INGENIERIA INDUSTRIAL  
ASIGNATURA: INGENIERÍA FINANCIERA**

# **LA NUEVA TEORÍA DEL COMERCIO INTERNACIONAL Y LA POLÍTICA COMERCIAL ESTRATÉGICA**

**DOCENTE:**

**Msc Ing. Ivan Turmero**

**INTEGRANTES:**

**Bervin Eunice**

**Fuentes Luis**

**Mejías Jhessica**

**Orta Verónica**

**Velásquez Andrea**

**Ciudad Guayana, Febrero de 2013**

# CAPÍTULO I

# INTRODUCCIÓN



En 1776 Adam Smith publicó La riqueza de las Naciones y a partir de entonces ningún académico ha contradicho la tesis según la cual la división del trabajo y el libre cambio constituye el mejor modo de alcanzar el máximo bienestar. Al llevar este razonamiento al ámbito internacional David Ricardo primero y John Stuart Mill después formularon la teoría clásica del comercio internacional: defensa a ultranza del laissez faire entre naciones y duro ataque contra las prácticas mercantilistas y contra cualquier tipo de medida que impidiera su generalización a todos los bienes y a todas las naciones.

El sustento básico de estas teorías era la existencia de competencia perfecta la cual permitía aumentar el bienestar de los países. Aquella nación que no quisiera entrar en el libre juego del intercambio no se beneficiaría de éste, pero tampoco perjudicaría a los demás, o lo haría de un modo insignificante.

# INTRODUCCIÓN



Estas nuevas teorías explican el comercio de los bienes que incorporan alta tecnología, donde los rendimientos crecientes de escala y las barreras de entrada a la industria juegan un papel determinante a la hora de configurar la estructura del mercado, aumentando las ganancias del comercio; así como también la importancia de la historia, es decir, el importantísimo papel que juega la localización inicial de las industrias. El libre cambio podría seguir siendo la acción óptima del gobierno; pero por otro lado surge, debido a la imperfección de los mercados, un incentivo para los gobiernos para llevar a cabo una política comercial estratégica que beneficie dicha nación, al permitir “crear” una ventaja comparativa allí donde en principio no la había.

# INTRODUCCIÓN

Las nuevas teorías ponen de manifiesto que el comercio internacional no funciona como la teoría neoclásica indica puesto que estas nuevas teorías muestran la existencia de múltiples y diversos fallos de mercado, y exigen por una parte volver a analizar los patrones que dominan el comercio internacional y por otra, volver a considerar cuál es la acción óptima que el Estado debe llevar a cabo.

Por otro lado, la teoría neoclásica se basa en la competencia perfecta. Los países se especializarán en aquellos bienes en los que posean una ventaja comparativa y el comercio tendrá lugar beneficiando a todas las partes. De igual manera, se considera que los rendimientos son constantes y que por lo tanto, no existen economías de escala. También se supone que la tecnología es conocida por todos los países y que los costes de transporte no resultan determinantes en el análisis.

# CAPÍTULO II

# LA TEORÍA NEOCLÁSICA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

Adam Smith presentó las ventajas del librecambio en La riqueza de las naciones (1776) y Ricardo introdujo el concepto de ventaja comparativa. Explicó, cómo, aunque un país tenga una ventaja absoluta (pueda producir ambos bienes con un menor coste que otro), le convendrá importar aquel bien en cuya producción sea relativamente menos eficiente y exportar aquel que sea relativamente más eficiente



El avance de J.S. Mill es el estudio de cómo se repartirán los beneficios del comercio entre ambas naciones. Para desarrollarlo se basa en el análisis oferta-demanda, y explica cómo la distribución de las ganancias del comercio depende de los precios relativos de los bienes que un país produce. Además de esto, incluye el análisis del comercio internacional, basada en los costes comparativos.

# LA TEORÍA NEOCLÁSICA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

En el siglo XX, con la obra de B. Ohlin Comercio interregional e internacional, de 1933, se produce un avance significativo en la teoría del comercio internacional. Entra en juego una "nueva" explicación que viene a complementar a la teoría de la ventaja comparativa para dar lugar a la teoría tradicional o neoclásica del comercio: la teoría de las proporciones factoriales o modelo Heckscher-Ohlin



# LA TEORÍA NEOCLÁSICA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

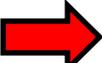
Para que las conclusiones de la teoría sean válidas es necesario que se cumplan una serie de supuestos restrictivos, los cuales son:



Existen dos países, dos bienes y dos factores productivos (trabajo y capital).

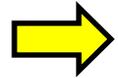


Los bienes son perfectamente móviles entre los países (no hay costes de transporte ni impedimentos al libre comercio), mientras que los factores se mueven libremente entre las dos industrias dentro de cada país, pero no pueden desplazarse de un país a otro.

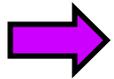


Existe competencia perfecta en los mercados de bienes y factores, que se vacían completamente a los precios de equilibrio.

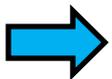
# LA TEORÍA NEOCLÁSICA DEL COMERCIO INTERNACIONAL



Las funciones de producción de ambos países son iguales y presentan rendimientos constantes de escala y productos marginales decrecientes para ambos factores.



Tanto la tecnología disponible por ambos países para producir ambos bienes como sus avances se incorporan de modo instantáneo a los procesos productivos sin coste alguno.



Las preferencias de los agentes son idénticas en ambos países.

# LA TEORÍA NEOCLÁSICA DEL COMERCIO INTERNACIONAL



Esta teoría supone un desarrollo que supera a la de la ventaja comparativa, pero no representa una modificación radical de los principios de Ricardo y Mill.

No explica el modelo neoclásico el comercio internacional de hoy completamente. Esta teoría flaquea en algunos sentidos a la hora de explicar los intercambios internacionales debido, básicamente, a unos supuestos excesivamente restrictivos.

# LA TEORÍA NEOCLÁSICA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

Antes de sumergirnos en estas críticas y a modo de síntesis de la teoría neoclásica podemos decir que ésta entiende el comercio internacional como un juego en el que todos ganan, y no una lucha en la que hay vencedores y vencidos. Naturalmente las naciones competirán por conquistar nuevos mercados para vender en ellos sus productos, pero ver el comercio internacional como una guerra en la que hay que proteger nuestros mercados y vencer al enemigo (las otras naciones) sería, según la teoría tradicional del comercio internacional, un error.



# CAPÍTULO III

# LA NUEVA TEORÍA DEL COMERCIO INTERNACIONAL



La teoría neoclásica del comercio se explica a través de la ventaja competitiva, en donde cada nación produce bienes en los cuales tenga una ventaja relativa y se complementara con el intercambio con otros países, sacando provecho de sus diferencias. Se determinarían los patrones del comercio internacional de los distintos países por medio de las diferencias de recursos, capacidades de fuerza laboral, y características del factor capital.

# 1. TEORIA TRADICIONAL, EL BIENESTAR Y LA POLITICA COMERCIAL

**El intercambio internacional representa una mejora a nivel mundial en cuanto al bienestar**

## **Nuevas teorías de comercio internacional**

- El comportamiento de los mercados oligopolísticos analizados mediante la teoría de juegos.
- El problema de las barreras de entrada a determinadas industrias.
- La inversión en I+D: desde sus procesos de creación hasta los efectos externos que proyecta sobre el resto de la economía, así como las dificultades para proteger las innovaciones mediante patentes.



## 2. LA POLÍTICA COMERCIAL ESTRATÉGICA

La política comercial estratégica se puede definir como aquella en donde un gobierno ayuda por medio de la relación y regulación estratégica que se da en determinados sectores en el ámbito nacional, abarca a las empresas nacionales y extranjeras. Se intenta favorecer a las empresas frente a sus rivales, mediante el instrumento de la política industrial. La política industrial activa se justifica debido a las imperfecciones de los mercados.



## 2. LA POLÍTICA COMERCIAL ESTRATÉGICA

EL ARGUMENTO DE LOS  
SUBSIDIOS QUE  
DESPLAZAN  
BENEFICIOS

POSIBLES  
REPRESALIAS: UN  
DILEMA  
DEL PRISIONERO

EL ARGUMENTO DE LAS  
EXTERNALIDADES

¿CUÁLES SON LOS  
SECTORES  
ESTRATÉGICOS?

EL ARGUMENTO DE LOS  
SUBSIDIOS QUE DESPLAZAN  
BENEFICIOS



## 2. LA POLÍTICA COMERCIAL ESTRATÉGICA

**POSIBLES  
REPRESALIAS:  
UN DILEMA  
DEL PRISIONERO**

- Uno de los países protege su mercado interno, apoyando a la empresa nacional en cuanto a subsidios en los mercados de exportación, el otro no interviene en lo absoluto.
- No se puede sacar provecho de los mercados de exportación debido a que cada país protege su mercado nacional.
- Los países no intervienen ni para proteger, ni para potenciar a la empresa localizada en su interior

## 2. LA POLÍTICA COMERCIAL ESTRATÉGICA

### EL ARGUMENTO DE LAS EXTERNALIDADES



¿CUÁLES SON LOS SECTORES  
ESTRATÉGICOS?



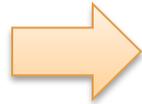
# CAPÍTULO IV

# TEORÍA DE LA ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL

**SECTORES  
ESTRATÉGICOS**



**INTERCAMBIO DE  
BIENES SUSTITUTOS**



**Apoyados por una política industrial activa, los cuales presentan, entre otras características, barreras de entrada**

- ✓ **Economía de escala.**
- ✓ **Estructura del mercado.**
- ✓ **Diferenciación del producto.**

# TEORÍA DE LA ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL

## BARRERAS DE ENTRADA

NO EXISTENCIA DE BARRERAS DE ENTRADA



Existe una Competencia perfecta



SE CLASIFICAN EN DOS TIPOS

- 1) las que surgen de manera natural como lo es el monopolio natural
- 2) Las que parecen como consecuencia de acciones estratégicas, ya sea por parte de las empresas ya instaladas en el mercado o por acciones de tipo gubernamentales.

# TEORÍA DE LA ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL

## BARRERAS DE ENTRADA

### ❖ DEFINICIONES

▪ Bain (1956) definía a las barreras de entrada como aquello que permite a las empresas establecidas lograr beneficios extraordinarios elevando el precio por encima del nivel competitivo sin inducir a nuevas empresas entrar en el sector.

▪ Stigler (1968) "...una barrera de entrada es un costo de producción que debe ser asumido por una empresa que busca entrar a una industria, pero no son soportadas por las empresas que ya en la industria".

• Von Weizsacher (1980) "...De esta forma pueden ser definidas para ser limitaciones socialmente indeseables de la entrada, que son atribuible a la protección de los propietarios de los recursos ya en la industria.

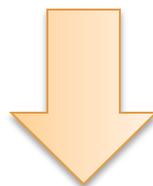
# TEORÍA DE LA ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL

## BARRERAS DE ENTRADA

### ❖ FACTORES QUE NO PERMITEN LA ELIMINACIÓN DE BENEFICIOS

1.

La existencia de economías de escala



La existencia de economías de escala es, además de la pieza clave que explica el comercio intraindustrial, uno de los elementos cruciales que configuran los mercados oligopólicos, es decir, donde existen pocos competidores.

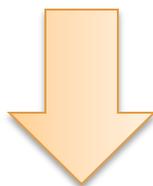
# TEORÍA DE LA ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL

## BARRERAS DE ENTRADA

### ❖ FACTORES QUE NO PERMITEN LA ELIMINACIÓN DE BENEFICIOS

# 2.

Las ventajas absolutas de costos y las necesidades iniciales de capital



Hacen referencia a formas de producción de una empresa derivadas del aprendizaje mediante la experiencia o a patentes obtenidas mediante la investigación a las que no pueden tener acceso (o tenerlo a un costo muy alto) los potenciales competidores de la empresa ya instalada que se plantean entrar.

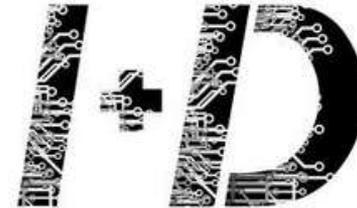
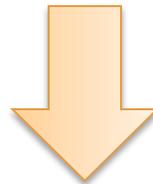
# TEORÍA DE LA ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL

## BARRERAS DE ENTRADA

❖ FACTORES QUE NO PERMITEN LA ELIMINACIÓN DE BENEFICIOS

3.

La diferenciación de productos



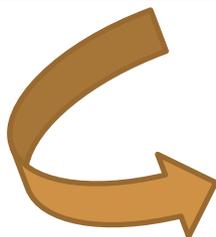
Diferenciación de productos también se refiere a innovaciones que puede haber hecho una empresa ya instalada (por ejemplo a través de la inversión en I+D) que no permiten la entrada a los competidores.

# TEORÍA DE LA ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL

## BARRERAS DE ENTRADA

1)

Modelo del precio límite



Muestra o se refiere al poder que tiene una empresa ya posicionada en el mercado para desviar a sus competidores de que entren al mercado.

Empresa 1: empresa ya instalada en el mercado.

Empresa 2: desea entrar en el mercado

La empresa 1 actúa como monopolista, pero teniendo en cuenta la posibilidad de que la empresa 2 entre.

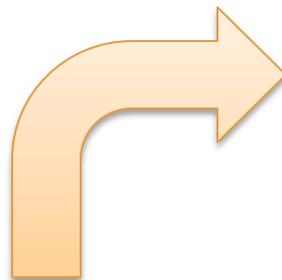
# TEORÍA DE LA ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL

## BARRERAS DE ENTRADA

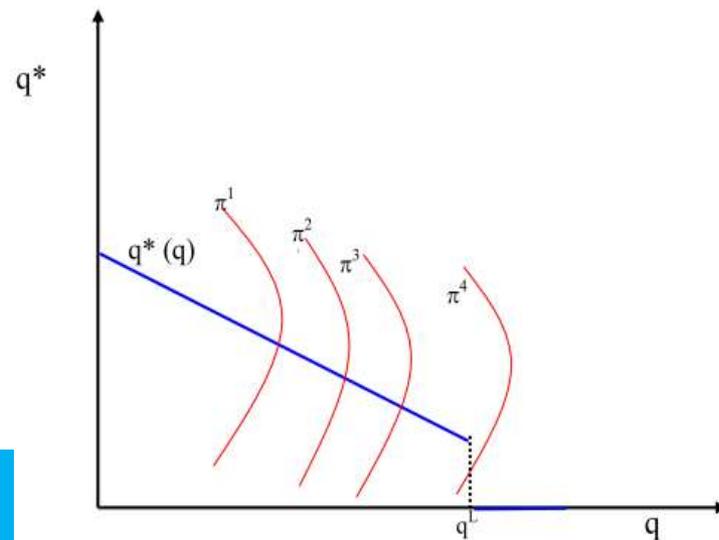
# 1)

### Modelo del precio límite

❖ CASO 1.



Si no existen costos de entrada, 2 entrará y nos encontraremos ante un modelo duopólico de Stackelberg, donde 1 escoge primero su nivel de producción ( $q$ ) y 2 selecciona el suyo ( $q^*$ ), al que maximiza beneficios al satisfacer la demanda residual del bien que le queda, una vez que 1 seleccionó lo que producirá. Por lo tanto el nivel de producción que selecciona 2 depende de cuánto decide 1 que producirá:  $q^*$  es función de  $q$ .



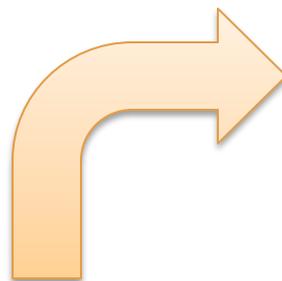
# TEORÍA DE LA ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL

## BARRERAS DE ENTRADA

# 1)

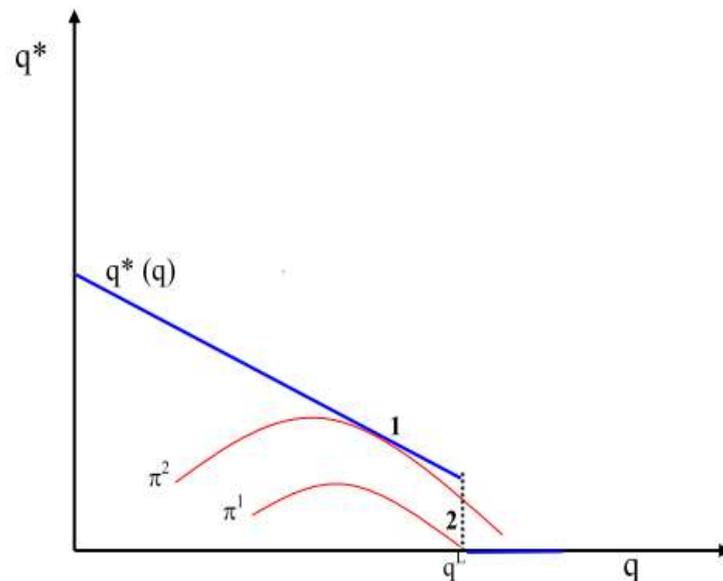
### Modelo del precio límite

#### ❖ CASO 2.



Si suponemos que existe un coste de entrada ( $C$ ) los resultados varían. La gráfica 1 muestra la función de reacción de la empresa 2. Sus beneficios aumentan a medida que se sitúa en curvas isobeneficio más a la izquierda.

Habrà un punto en que los beneficios que obtiene la empresa 2 serán menores que los costos de entrada ( $C$ ), por lo que no le convendrá entrar. Para niveles de producciones de 1 por debajo de  $q^l$  a 2 le conviene entrar porque logra beneficios positivos, pero para niveles por encima de  $q^l$  le conviene no entrar (fijar  $q^* = 0$ ), porque si entra incurre en pérdidas.



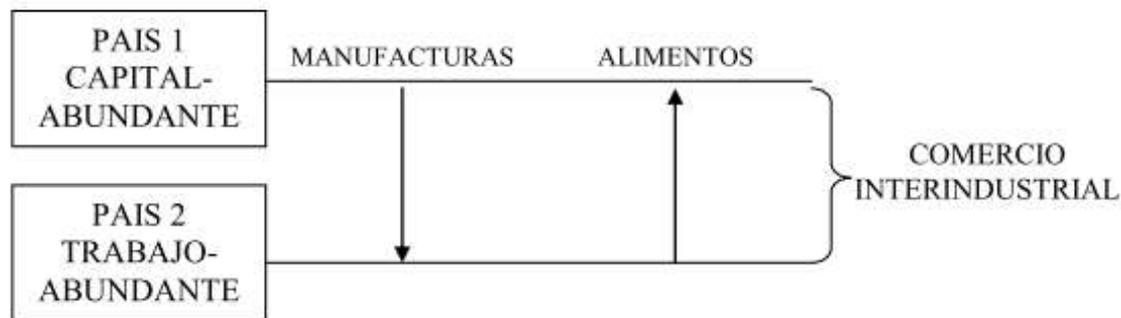
# TEORÍA DE LA ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL

## BARRERAS DE ENTRADA

# 2)

### Economías de escala

#### ❖ ECONOMÍAS DE ESCALA COMO DETERMINANTES DEL PATRÓN DE COMERCIO



Si tenemos dos países: uno con abundancia de capital que produce manufacturas que requieren buen capital y el otro con abundancia de trabajo que produce alimentos que requieren de trabajo intensivo. Si ambos presentan rendimientos constantes y funcionan con competencia perfecta, el patrón de comercio corresponde al de la figura 1, donde tan sólo existe comercio interindustrial; el país capital-abundante exporta únicamente manufactura e importa únicamente alimentos.

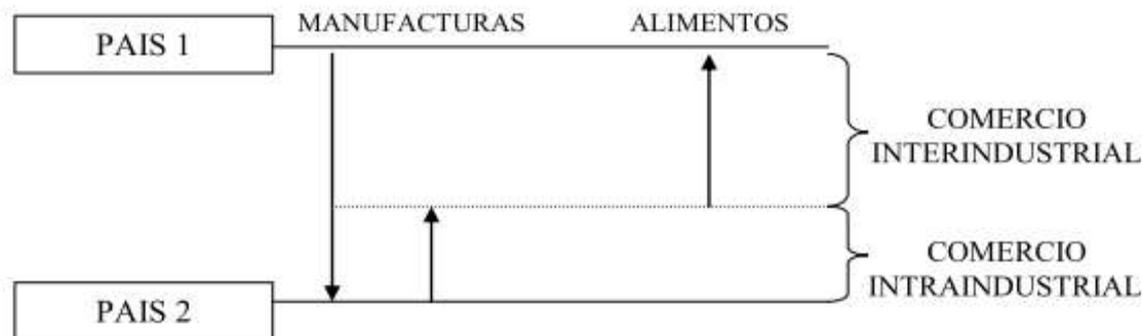
# TEORÍA DE LA ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL

## BARRERAS DE ENTRADA

# 2)

### Economías de escala

#### ❖ ECONOMÍAS DE ESCALA COMO DETERMINANTES DEL PATRÓN DE COMERCIO



Ocurre casi el mismo comportamiento pero en este existen rendimientos crecientes de escala, es decir, los costos medios disminuyen con el aumento de la producción, y donde el mercado de manufactura en vez de comportarse como competencia perfecta lo hace de forma monopolística. A ninguno de los países les conviene satisfacer la diversidad de demanda de sus ciudadanos, ya que entonces no aprovecharían los beneficios de la economía de escala; por lo que cada país busca la especialización en determinados bienes y así satisfacer la demanda nacional e internacional de dichos bienes.

# TEORÍA DE LA ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL

## BARRERAS DE ENTRADA

# 2)

### Economías de escala



❖ **ECONOMÍAS DE ESCALA COMO CAUSA DE BARRERAS DE ENTRADA**

Los fenómenos que suelen responder a motivos estratégicos para aprovechar las economías de escala son: la concentración industrial, los procesos de fusiones y adquisiciones o el rápido aumento de la producción por parte de una empresa.

**BARRERA DE  
ENTRADA**

Si una empresa es capaz de reducir sus costos medios gracias al aumento de la producción, sus potenciales competidores, que no tienen una capacidad instalada tan grande, no podrán poner sus productos en el mercado a un precio competitivo

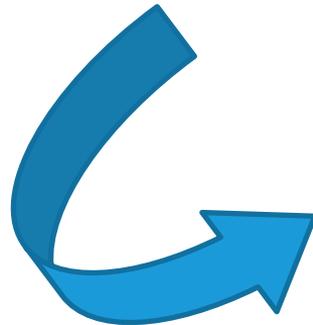
# TEORÍA DE LA ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL

## BARRERAS DE ENTRADA

### 3)

### Curvas de aprendizaje

*También son conocidas como economías de escala dinámicas; las cuales hacen referencia al aumento de la productividad que se produce debido a la experiencia acumulada.*



A medida que una empresa lleva más de un período produciendo un bien, ésta aprende a producirlo mejor, por lo que disminuye el costo unitario a medida que aumenta la producción acumulada.

Algunas empresas producen más de la cantidad de equilibrio durante los primeros periodos con el objetivo de bajar su curva de aprendizaje más rápidamente que sus competidores; todo esto para crear una barrera de entrada.

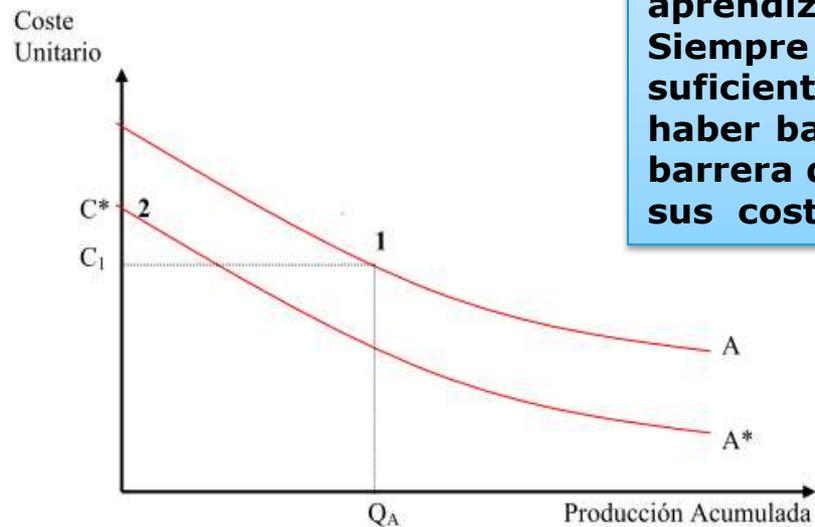
# TEORÍA DE LA ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL

## BARRERAS DE ENTRADA

### 3)

### Curvas de aprendizaje

La curva de aprendizaje A es la de un país que cuenta con cierta experiencia acumulada en la producción de un bien, mientras que la A\* corresponde a otro país que todavía no ha empezado a producir, pero que puede hacerlo con menores costos (lo que se refleja en que su curva de aprendizaje está por debajo que la del otro país). Siempre que el país pionero cuente con una ventaja lo suficientemente grande, la experiencia acumulada (el haber bajado por su curva de aprendizaje) significa una barrera de entrada para el otro país, incluso aunque sus costes sean menores.



# TEORÍA DE LA ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL

## BARRERAS DE ENTRADA

4)

### La inversión I + D

Da bienestar de los consumidores



Aumentar la productividad



❖ **Básica:** destinada a la obtención de conocimientos científicos no orientados a un fin o aplicación práctica específica

**Aplicada:** incluye los trabajos con una finalidad práctica concreta que parten de la investigación básica

### Categorías de la investigación

• **Investigación para el desarrollo (I + D):** utilización de los trabajos de las investigaciones anteriores para la explotación de nuevos productos o procedimientos o para mejorar los ya existentes

# TEORÍA DE LA ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL

## BARRERAS DE ENTRADA

4)

La inversión I + D



¿Inversión pública o privada?

Los defensores de la política comercial estratégica sostienen que el estado debe mantener una postura activa financiando tanto la investigación que realizan las empresas privadas como promoviendo la creación de instituciones (tanto privadas como públicas) que fomenten la creación de conocimiento.

Si las empresas nacionales logran desarrollar una importante innovación gracias al apoyo gubernamental mediante subsidios a la I+D tendrán posibilidades de bloquear la entrada a sus potenciales rivales extranjeros gracias a la reducción de costos o al desarrollo de productos totalmente nuevos derivados de la investigación.

# CAPÍTULO V

# MODELO DE BRANDER Y SPENCER

James Brander, de la universidad de British Columbia, y Barbara Spencer, del Boston College, elaboraron un modelo que trataba de explicar cómo los gobiernos de naciones pueden tener incentivos para realizar una política comercial activa y agresiva con la finalidad de que la empresa nacional logre captar la mayor cuota de mercado posible, aumentando así el bienestar nacional a través del aumento de los beneficios de las empresas nacionales.



**James Brander**



**Barbara Spencer**

# 1. ENFOQUE DE TEORÍA DE JUEGOS

Suponiendo una industria de duopolio mundial, donde operan una empresa nacional (empresa B) y otra extranjera (empresa A). Las empresas intentarán hacerse con la mayor porción posible de beneficios. Habrá una competencia internacional para capturarlos. Imaginando también que ambas empresas venden sus productos en un tercer mercado que no es ni la nación A ni la B (dónde se localizan las empresas A y B respectivamente). En principio, nada permite suponer que una de las empresas vaya a lograr hacerse con un mayor monto de beneficios si parten de situaciones iguales.



**Empresa A**



**Empresa B**

# 1. ENFOQUE DE TEORÍA DE JUEGOS

Un ejemplo de la situación descrita anteriormente es considerar a las empresas A y B como productoras de aviones comerciales. Suponiendo que ambas empresas son capaces de producir un nuevo avión que está siendo demandado por multitud de líneas y que son las únicas en el mundo capaces de producirlo. Por simplicidad, supongamos que las empresas deben decidir entre entrar (producir) y no entrar (no producir) en el mercado. La siguiente tabla representa los beneficios o pérdidas que ambas empresas pueden obtener dependiendo de cómo se comporten.



Ambas empresas compiten en igualdad de condiciones		Empresa B	
		Entrar: Producir	No entrar: No producir
Empresa A	Entrar: Producir	(-10,-10)	(100,0)
	No entrar: No producir	(0,100)	(0,0)

# 1. ENFOQUE DE TEORÍA DE JUEGOS

Si la empresa B encuentra un modo de producir más eficientemente, con lo que logra reducir sus costos en 20.

La empresa B recibe un subsidio de 20 (A se ve obligada a abandonar el mercado)		Empresa B	
		Entrar: Producir	No entrar: No producir
Empresa A	Entrar: Producir	$(-10,10)$	$(100,0)$
	No entrar: No producir	$(0,120)$	$(0,0)$



En esta nueva situación aparece una estrategia dominante para la empresa B: producir haga lo que haga la empresa A. Cuando la empresa A se dé cuenta de que B producirá en todo caso (produzca o no A) desistirá. Es crucial señalar que A renunciará a entrar no porque se vea intimidada temporalmente, sino porque cree que la ventaja alcanzada por B responde a causas estables y duraderas.

# 1. ENFOQUE DE TEORÍA DE JUEGOS

La empresa B tiene que ser lo suficientemente convincente como para que la empresa A decida no producir, incluso teniendo la ventaja inicial de mover primero. Los gobiernos son los únicos agentes que pueden modificar el juego porque gozan de la credibilidad necesaria.



1

Ambas empresas compiten, pero A cuenta con la ventaja inicial		Empresa B	
		Entrar: Producir	No entrar: No producir
Empresa A	Entrar: Producir	(10,-10)	(120,0)
	No entrar: No producir	(0,120)	(0,0)

La tabla muestra una donde la empresa A producirá haga lo que haga la empresa B (producir es una estrategia débilmente dominante para A) mientras que B no producirá: el resultado (sin subsidio) será la casilla superior derecha

# 1. ENFOQUE DE TEORÍA DE JUEGOS

Si se supone que hay un subsidio de 20 unidades del gobierno de la nación B a la empresa B, el juego pasa a ser el que describe en la siguiente tabla.

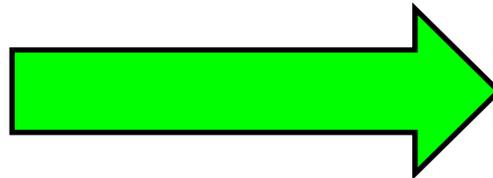
La empresa B recibe un subsidio cuando A contaba con una ventaja inicial (El subsidio no logra expulsar a A del mercado)		Empresa B	
		Entrar: Producir	No entrar: No producir
Empresa A	Entrar: Producir	(10,10)	(120,0)
	No entrar: No producir	(0,120)	(0,0)



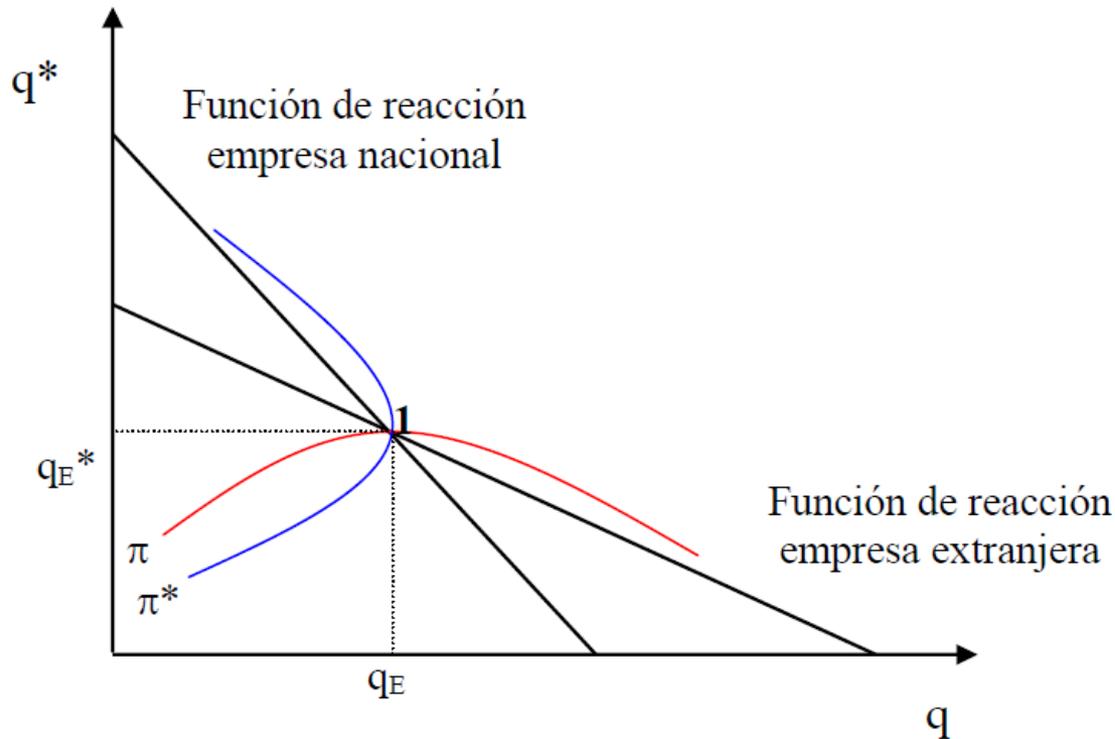
En este caso ambas empresas producen; el resultado es la casilla superior izquierda. Pero no es cierto que ambas obtengan unos beneficios de 10, ya que la empresa B ha recibido un subsidio de 20 que tenía como objetivo persuadir a A para que no produjera. Por tanto, cuando los beneficios son menores que el subsidio (como ocurre en este caso), el subsidio reduce el bienestar de la nación B.

# 1. ENFOQUE DE TEORÍA DE JUEGOS

El gobierno puede subsidiar a las industrias nacionales sin ningún tipo de restricción, debe tenerse en cuenta que el comercio internacional está regido por los acuerdos multilaterales los cuales suelen imponer trabas a los subsidios. Por ello Brander y Spencer introducen en su modelo la posibilidad de que sean subsidios a la investigación y desarrollo y no subsidios a la exportación los que modifiquen el juego estratégico en el que se desenvuelven las empresas.



## 2. ENFOQUE GRÁFICO

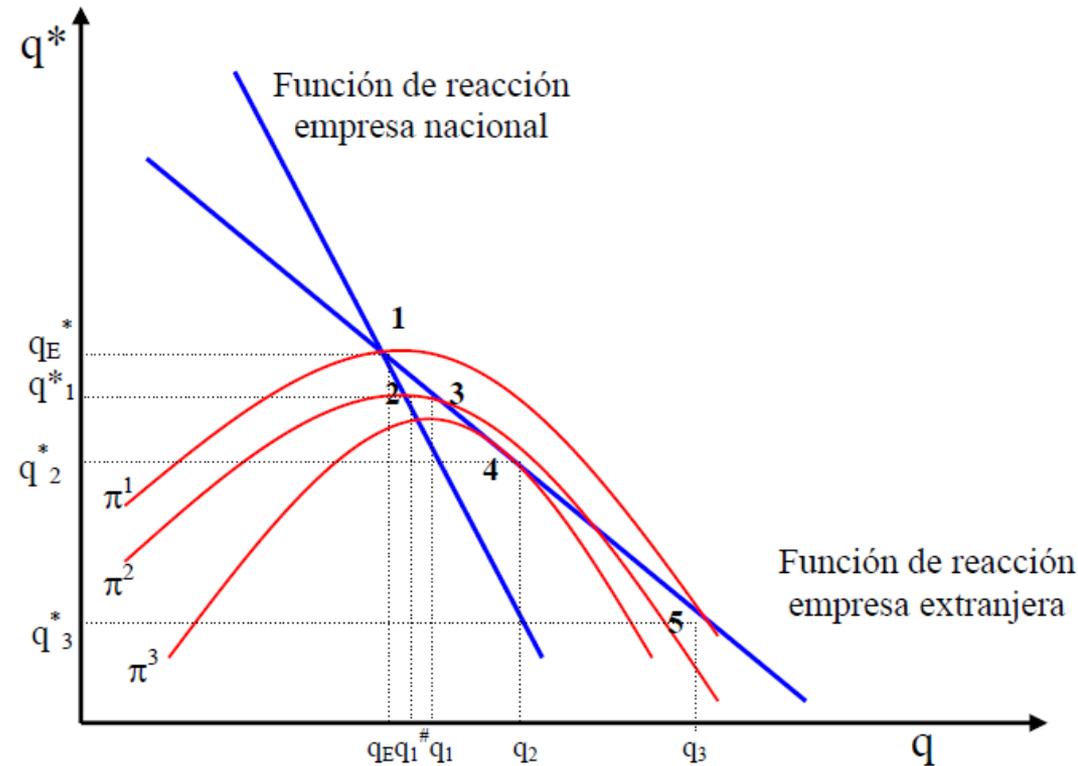


### Equilibrio de Cournot

Brander y Spencer suponen que las empresas se comportan según el modelo de Cournot. Según este modelo las empresas se comportan de modo no cooperativo y fijan la cantidad producida que maximiza sus beneficios haciendo un supuesto sobre cuánto producirá su rival y dejando que los precios se ajusten posteriormente

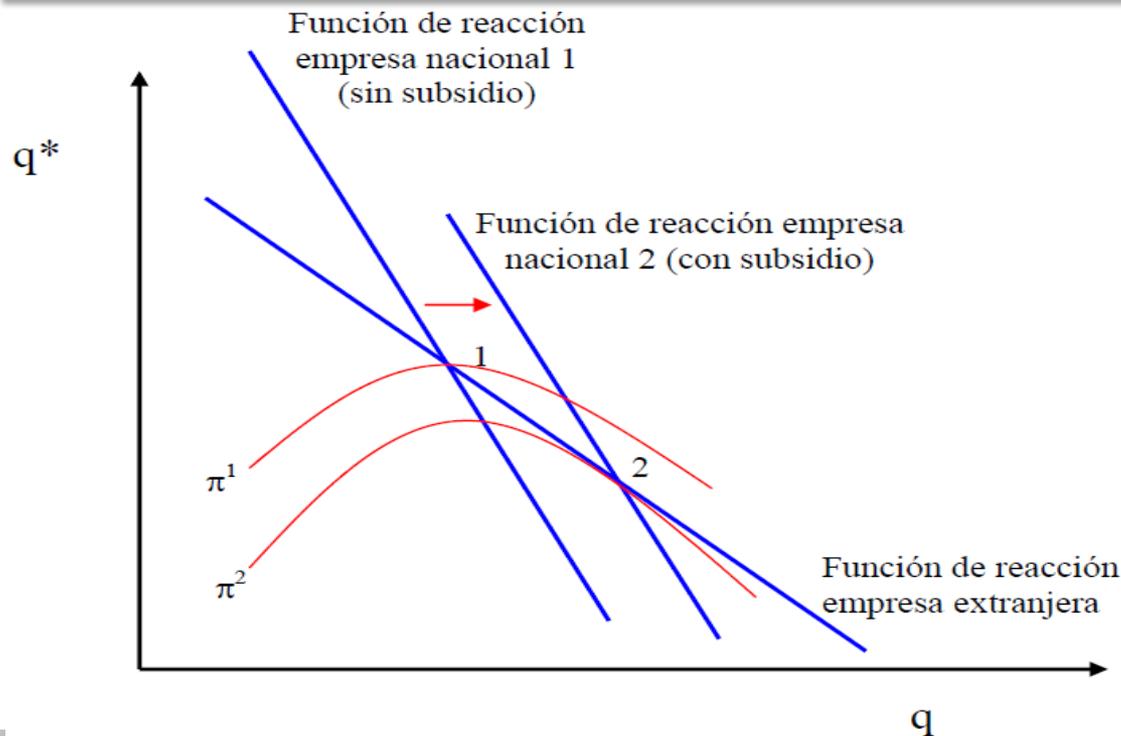
## 2. ENFOQUE GRÁFICO

La empresa nacional podría mejorar si lograra exportar más, en este caso la respuesta óptima de la empresa extranjera, sería vender que corresponde al punto 3 de la gráfica. El problema radica en que un simple anuncio de la empresa nacional de que va a elevar su producción no sería creíble. El único equilibrio en esta situación es el punto 1.



## 2. ENFOQUE GRÁFICO

Lo que demuestran Brander y Spencer es que un subsidio a la empresa nacional logra precisamente esa deseada credibilidad. Si el gobierno proporciona un subsidio a la empresa nacional antes de que ambas empresas decidan cuánto van a exportar, el coste marginal de la empresa nacional desciende, con lo que su función de reacción se desplaza a la derecha. Este movimiento se ilustra en la gráfica, el equilibrio pasa del punto 1 al 2.



**Efecto del subsidio  
a la empresa  
nacional**

# CAPÍTULO VI

# CRITICAS A LA POLITICA COMERCIAL ESTRATEGICA

**Estas se dividen en dos:**

**1. CRÍTICAS QUE SURGEN AL RELAJAR LOS SUPUESTOS DEL MODELO BRANDER-SPENCER.**

**2. CRÍTICAS DERIVADAS DE LA DIFICULTAD DE APLICAR LA POLÍTICA COMERCIAL ESTRATÉGICA.**

# 1. CRÍTICAS QUE SURGEN AL RELAJAR LOS SUPUESTOS DEL MODELO BRANDER-SPENCER.

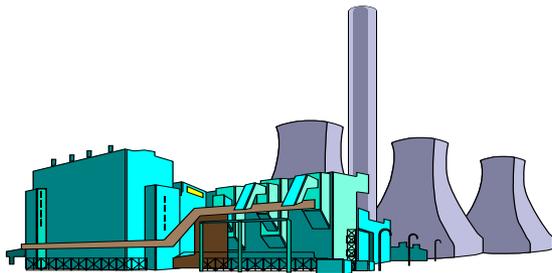
## a) LAS EMPRESAS SIGUEN EL MODELO DE COMPETENCIA DE BERTRAND Y NO EL DE COURNOT.

Uno de los supuestos clave en el modelo de Brander y Spencer es que las empresas que compiten en un mercado duopólico se comportan según el modelo de Cournot: la situación de equilibrio antes del subsidio se alcanza al escoger ambas el nivel de producción que maximiza sus beneficios haciendo un supuesto sobre cuánto producirá la otra, y dejando que los precios se ajusten posteriormente.

# 1. CRÍTICAS QUE SURGEN AL RELAJAR LOS SUPUESTOS DEL MODELO BRANDER-SPENCER

## **b) VARIAS EMPRESAS NACIONALES EN VEZ DE UNA.**

Si hay varias empresas nacionales, el problema es que las empresas competirán entre sí y simultáneamente con las extranjeras por una porción del mercado, mas no coordinarán sus acciones para maximizar el bienestar de la nación en la que se localizan.



# 1. CRÍTICAS QUE SURGEN AL RELAJAR LOS SUPUESTOS DEL MODELO BRANDER-SPENCER

## c) El problema del Bienestar.

En el análisis de Brander-Spencer se toma la renta nacional como indicador del bienestar y se afirma que ésta se incrementa al aumentar los beneficios de las empresas nacionales.

Como afirma G. Grossman: *"El claro resultado de Brander y Spencer se vuelve teóricamente ambiguo inmediatamente que se toma en cuenta el bienestar de los consumidores nacionales"*.



# 1. CRÍTICAS QUE SURGEN AL RELAJAR LOS SUPUESTOS DEL MODELO BRANDER-SPENCER

## d) Equilibrio parcial versus equilibrio general.

El subsidio gubernamental ha dado a un sector una ventaja estratégica, al mismo tiempo, ha dado a todos los demás sectores no subsidiados una desventaja estratégica, y el resultado neto bien puede no ser beneficioso.

Esta crítica significa en realidad que no existen sectores estratégicos. Si se potencian unos sectores otros salen perjudicados, por lo tanto sería mejor dejar que fuera el mercado y sólo el mercado quien seleccionase qué sectores son ganadores y cuáles no.



## 2. CRÍTICAS DERIVADAS DE LA DIFICULTAD DE APLICAR LA POLÍTICA COMERCIAL ESTRATÉGICA

### a) El comportamiento de otros gobiernos.

Lo mejor que puede hacer cualquier gobierno es no intervenir para poder alcanzar el resultado mutuamente cooperativo y que todos se vean beneficiados.



## 2. CRÍTICAS DERIVADAS DE LA DIFICULTAD DE APLICAR LA POLÍTICA COMERCIAL ESTRATÉGICA

### b) Problemas prácticos: falta de información.

La falta de información provoca una pérdida al gobierno al no emplear su dinero en una políticas más provechosa para la sociedad.



## 2. CRÍTICAS DERIVADAS DE LA DIFICULTAD DE APLICAR LA POLÍTICA COMERCIAL ESTRATÉGICA

### c) Intereses políticos.

**La política es un juego de intereses en la que aunque se fijen reglas de juego nada asegura que puedan cumplirse absolutamente (en especial en el terreno económico).**



# CAPÍTULO VII

# CONCLUSIONES

Las conclusiones de este trabajo son de dos tipos: las que se refieren a las nuevas teorías del comercio internacional y las relativas a la política comercial estratégica.

A pesar de que el trabajo versa más sobre el segundo tema que sobre el primero, son las nuevas explicaciones del comercio internacional las que han reabierto la discusión sobre qué política comercial es más adecuada en cada caso. Sin embargo se ha optado por centrarse en el comercio estratégico porque este tema retoma uno de los grandes debates de la economía política (intervenir o no en ciertos aspectos del sistema económico), al tiempo que sus conclusiones tienen consecuencias directas sobre el modo en el que se comportan los actores de la escena política.

# CONCLUSIONES

## 1. Las nuevas explicaciones del comercio internacional

Las explicaciones del comercio internacional que van más allá del modelo neoclásico y de la ventaja comparativa no son teorías cerradas. Estas nuevas teorías responden al carácter cambiante del comercio y resultan especialmente interesantes. Asimismo, éstas pretenden complementar las conclusiones del modelo de las proporciones factoriales en los casos en los que éstas no eran capaces de explicar los flujos comerciales.

Como resultado de estos análisis se obtiene una nueva explicación de los intercambios: cuando el comercio entre países es intraindustrial, éste puede ser explicado teniendo en cuenta los rendimientos crecientes de escala y la diferenciación de los productos.

# CONCLUSIONES

## 1. Las nuevas explicaciones del comercio internacional

Aspectos tales como la importancia de las circunstancias históricas y de la geografía económica en la localización de las industrias y el decisivo papel que juegan las externalidades tecnológicas y las economías de escala dinámicas (curvas de aprendizaje) a la hora de configurar las pautas que rigen el comercio internacional son importantes y dichas teorías realzan su importancia.

Las nuevas teorías del comercio internacional constituyen un avance científico muy importante y además, al no pertenecer a la economía normativa, son adelantos que deben ser celebrados por todos.

# CONCLUSIONES

## 2. La política comercial estratégica

La política comercial estratégica aparece como una de las posibles acciones que pueden llevar a la práctica los gobiernos de los países más desarrollados en cuanto a su política comercial. Su objetivo es favorecer a las empresas nacionales mediante la modificación de la competencia estratégica que se produce a nivel internacional.

La política comercial estratégica puede implementarse de diversas formas. En ciertos casos puede tratarse de acciones puntuales (como los subsidios a la exportación descritos en el modelo Brander-Spencer) que estén destinadas a la captura de beneficios por parte de empresas nacionales cuando éstas compiten en un determinado sector y por un determinado bien en los mercados internacionales.

# CONCLUSIONES

## 2. La política comercial estratégica

La política comercial estratégica resalta ciertos aspectos que consideramos muy importantes para el desarrollo económico y tecnológico de los países industrializados, especialmente la necesidad de cierta coordinación entre las empresas y el estado en determinados sectores y el apoyo de las instituciones públicas a la inversión en I+D.

Por lo tanto, aunque la aplicación directa de lo que sugieren modelos como el de Brander y Spencer resulta poco aconsejable (tanto porque aumenta las probabilidades de que se inicie una guerra comercial como por las dificultades prácticas para llevarlos a cabo), la existencia de una política industrial que coordine y apoye de algún modo las acciones de ciertos sectores industriales sí puede ser tomada como una sugerencia válida.

**¡¡GRACIAS  
POR SU  
ATENCIÓN!!**

**BRAVO!!**

