

**Tema 3B-8: LA POLÍTICA COMERCIAL (II): LA POLÍTICA COMERCIAL
ESTRATÉGICA. LA POLÍTICA DE PROMOCIÓN EXTERIOR:
JUSTIFICACIÓN, INSTRUMENTOS Y OBJETIVOS.**

Miguel Fabián Salazar

2 de julio de 2022

Índice	Página
Idea clave	1
Preguntas clave	1
Esquema corto	2
Esquema largo	5
Gráficas	17
Preguntas	19
Test 2014	19
Test 2005	19
Notas	20
Bibliografía	21

IDEA CLAVE

PREGUNTAS CLAVE

- ¿Qué es la política comercial estratégica?
- ¿Qué modelos teóricos explican las decisiones de política comercial estratégica?
- ¿Qué evidencia empírica existe sobre la pol. comercial estratégica?
- ¿Qué relevancia tiene la política comercial estratégica en el contexto internacional actual?
- ¿Qué es la política de promoción exterior?
- ¿Por qué se lleva a cabo la promoción exterior?
- ¿Qué objetivos tienen las políticas de promoción exterior?
- ¿Qué instrumentos se utilizan para llevar a cabo la política de promoción exterior?

ESQUEMA CORTO

INTRODUCCIÓN

1. Contextualización

- I. *Evolución del comercio internacional*
- II. *Sujetos de análisis de la teoría pura del CI*
- III. *Beneficios del libre comercio*
- IV. *Política comercial estratégica*
- V. *Promoción exterior*

2. Objeto

- I. *¿Qué es la política comercial estratégica?*
- II. *¿Qué modelos teóricos explican las decisiones de política comercial estratégica?*
- III. *¿Qué evidencia empírica existe sobre la pol. comercial estratégica?*
- IV. *¿Qué es la política de promoción exterior?*
- V. *¿Por qué se lleva a cabo la promoción exterior?*
- VI. *¿Qué objetivos tienen las políticas de promoción exterior?*
- VII. *¿Qué instrumentos se utilizan para llevar a cabo la política de promoción exterior?*

3. Estructura

- I. *La política comercial estratégica*
- II. *La política de promoción exterior*

I. LA POLÍTICA COMERCIAL ESTRATÉGICA

1. Idea clave

- I. *Contexto*
- II. *Objetivo*
- III. *Resultados*

2. Representación básica en teoría de juegos

- I. *Desarme arancelario: dilema del prisionero*
- II. *Un gobierno subvenciona entrada en 3er mercado*
- III. *Dos gobiernos subvencionan entrada en 3er mercado*
- IV. *Implicaciones generales*

3. Industria naciente

- I. *Idea clave*
- II. *Formulación*
- III. *Implicaciones*
- IV. *Valoración*

4. Brander y Spencer (1981): entrada y Stackelberg

- I. *Idea clave*
- II. *Formulación*
- III. *Implicaciones*
- IV. *Valoración*

5. Spencer y Brander (1983) – Subsidios a la I+D

- I. *Idea clave*
- II. *Formulación*
- III. *Implicaciones*
- IV. *Valoración*

6. Brander y Spencer (1985) – Subsidios a la exportación en Cournot

- I. *Idea clave*
- II. *Formulación*
- III. *Implicaciones*

IV. *Valoración***7. Eaton y Grossman (1986) – Competencia à la Bertrand**

- I. *Idea clave*
- II. *Formulación*
- III. *Implicaciones*
- IV. *Valoración*

8. Oligopolio verticalmente diferenciado – Shaked y Sutton (1983)

- I. *Idea clave*
- II. *Formulación*
- III. *Implicaciones*
- IV. *Valoración*

9. Barret (1994): pol. medioambiental estratégica

- I. *Idea clave*
- II. *Formulación*
- III. *Implicaciones*

II. LA POLÍTICA DE PROMOCIÓN EXTERIOR**1. Idea clave**

- I. *Contexto*
- II. *Objetivos*
- III. *Resultados*

2. Justificación de las políticas de promoción exterior

- I. *Economías de escala*
- II. *Resistencia al fluctuaciones cíclicas*
- III. *Externalidades*
- IV. *Costes hundidos*
- V. *Redes sociales*
- VI. *Barreras de entrada*
- VII. *Path-dependency/Dependencia de senda*
- VIII. *Escasez de capital humano en internacionalización*

3. Instrumentos no financieros

- I. *Regulatorios*
- II. *Formación*
- III. *Información*
- IV. *Promoción*
- V. *Diplomacia económica*
- VI. *Provisión de consultoría y asesoramiento*

4. Instrumentos financieros de promoción exterior

- I. *Idea clave*
- II. *Créditos directos a exportación*
- III. *Garantías para créditos a exportación*
- IV. *Avaes*
- V. *Capital para inversión*
- VI. *Determinantes de volumen de financiación*
- VII. *Determinantes de condiciones de financiación*

III. INDICADORES DE COMPETITIVIDAD**1. Idea clave**

- I. *Concepto de competitividad*
- II. *Medición de la competitividad*

2. Indicadores de competitividad-precio/coste

- I. *Idea clave*
- II. *Metodología*
- III. *Índice de Tendencia de Competitividad*
- IV. *Ventajas e inconvenientes*

3. Indicadores de competitividad revelada

- I. *Idea clave*
- II. *Cuota de España en exportaciones mundiales de bienes*
- III. *Cuota de España en exportaciones de bienes de UE*
- IV. *Cuota de España en exportaciones de servicios*

4. Otros indicadores

- I. *Calidad institucional*
- II. *Doing business*
- III. *Otros*

CONCLUSIÓN

1. Recapitulación

- I. *Política comercial estratégica*
- II. *Política de promoción exterior*

2. Idea final

- I. *Contexto internacional*
- II. *Unión Europea*
- III. *Relación con otras áreas*

ESQUEMA LARGO

INTRODUCCIÓN

1. Contextualización

- I. *Evolución del comercio internacional*
 - a. Explosión en últimos siglos
→ Y más aún desde post 2GM
 - b. Avance tecnológico:
↓ de costes de transporte
↓ de costes informacionales
 - c. Sujeto de estudio relativamente antiguo:
→ Smith, Ricardo, Mill
Ligado a la evolución de:
→ teoría económica
→ hallazgos empíricos
- II. *Sujetos de análisis de la teoría pura del CI*
 - a. Patrón de comercio
Qué ByS intercambian los países
 - b. Relación real de intercambio
A qué precios intercambian los ByS
 - c. Intervención pública en el comercio internacional
Qué efectos positivos y negativos tiene
Cómo pueden aumentarse los beneficios del CI
Cómo pueden mitigarse los costes del CI
- III. *Beneficios del libre comercio*
 - a. Modelos clásicos de CI concluyen
Librecambio es preferible en principio
 - b. Existencia de distorsiones
Puede hacer deseables intervenciones
 - c. Competencia imperfecta
Oligopolio
→ Interdependencia estratégica
Competencia monopolística
→ Variedad de producto
- IV. *Política comercial estratégica*
 - a. Gobiernos regulan CI de distintas formas
Interviniendo precios relativos
Restringiendo volúmenes de comercio
Regulando procedimiento de intercambio
Regulando prácticas de empresas exportadoras
Comerciendo directamente
 - b. Política comercial estratégica
Decisión interactiva de política comercial
Gobiernos toman decisiones y responden mutuamente
- V. *Promoción exterior*
 - a. Exportación no depende sólo de precio
Muchos otros factores son relevantes
→ Relaciones de largo plazo
→ Marketing

- Publicidad
- Calidad del producto
- Cuestiones políticas y geoestratégicas
- b. Actuación vía precios puede no ser posible
Por acuerdos internacionales
Por ineffectividad de impuestos o subvenciones
- c. Gobiernos pueden actuar en dimensión no-precio
Aumentar atractivo de exportaciones nacionales
Facilitar compra-venta de exportación nacional

2. Objeto

- I. ¿Qué es la política comercial estratégica?
- II. ¿Qué modelos teóricos explican las decisiones de política comercial estratégica?
- III. ¿Qué evidencia empírica existe sobre la pol. comercial estratégica?
- IV. ¿Qué es la política de promoción exterior?
- V. ¿Por qué se lleva a cabo la promoción exterior?
- VI. ¿Qué objetivos tienen las políticas de promoción exterior?
- VII. ¿Qué instrumentos se utilizan para llevar a cabo la política de promoción exterior?

3. Estructura

- I. La política comercial estratégica
- II. La política de promoción exterior

I. LA POLÍTICA COMERCIAL ESTRATÉGICA

1. Idea clave

- I. *Contexto*
 - a. Política comercial
Actuaciones del poder público en relación a CI
→ Maximizar bienestar nacional
 - b. Sujeto muy antiguo de política económica
Irwin (1996) sobre historia del libre comercio
→ Platón y Aristóteles ambiguos sobre comercio internacional
→ Política comercial en Grecia y Roma
ESalamanca, mercantilismo, fisiócratas, Smith, Ricardo, Malthus...
→ Impuestos y subvenciones a exportadores e importadores
⇒ Valorar oportunidad y efectos
 - c. Años 80
Problema formulado en términos modernos
Interdependencia estratégica como elemento central
→ Tras desarrollo de TJuegos
Política comercial tiene efectos dentro y fuera
- II. *Objetivo*
 - a. Enfoque positivo
Explicar efectos de subvenciones e impuestos

→ Sobre patrón de comercio

→ Sobre precios relativos

b. Enfoque normativo

Caracterizar políticas comerciales óptimas

→ Dado contexto institucional legal

Valorar regulación comercial internacional

III. *Resultados*

a. Marco de análisis microeconómico

Herramientas de teoría pura del CI tradicionales

Teoría de juegos

Interdependencia estratégica

Amenazas creíbles son elemento importante

b. Dilemas del prisionero

Resultados posibles en múltiples contextos

c. Acuerdos internacionales pueden mejorar equilibrio

Política comercial estratégica es elemento central

2. Representación básica en teoría de juegos

I. *Desarme arancelario: dilema del prisionero*

a. Matriz de pagos

b. Gráfica I

c. Si un gobierno desarma

País que desarma deteriora su RRI

País que no desarma mejora RRI

→ Asumiendo caso estándar de ofertas recíprocas

País que no desarma estimula output

d. Si dos gobiernos desarmen

Beneficios del comercio

Menor coste de importaciones para consumidores

Creación de comercio

e. Si ningún gobierno desarma

Sin ganancias del comercio

II. *Un gobierno subvenciona entrada en 3er mercado*

a. Matriz de pagos

Gráfica II

b. Si gobierno europeo no interviene:

Dos equilibrios de Nash

⇒ Boeing entra, Airbus no entra

⇒ Boeing no entra, Airbus entra

c. Si gobierno europeo subvenciona:

Un sólo equilibrio de Nash

⇒ Boeing no entra, Airbus entra

III. *Dos gobiernos subvencionan entrada en 3er mercado*

a. Matriz de pagos

Gráfica III

b. Dilema del prisionero

Ambos gobiernos tienen incentivos unilaterales

→ A desviarse de óptimos de Pareto

Equilibrio de Nash subóptimo:

→ Ambos gobiernos subvencionan entradas

IV. *Implicaciones generales*

a. Gobiernos pueden tener incentivos a subvencionar

Subvención actúa como amenaza creíble

b. Cuando sólo un gobierno puede actuar:

Empresa doméstica incentivada a entrar a toda costa

Empresa extranjera percibe entrada segura de doméstica

⇒ Empresa extranjera no entra

⇒ Mejora de bienestar para país subvencionador

⇒ Gobiernos subvencionan exportadores nacionales

⇒ Subvención toma múltiples formas

c. Cuando todos los gobiernos pueden actuar

Todos subvencionan empresas nacionales

⇒ Gasto innecesario en subvenciones y ayudas

⇒ Dilemas del prisionero

⇒ Margen para intervención coordinada si posible

3. Industria naciente

I. *Idea clave*

a. Contexto

Muy antiguo debate

→ ¿Industrias requieren protección para desarrollarse?

→ ¿Posible desviar beneficios futuros aunque coste presente?

Economías de escala externas

→ Mayor número de productores

⇒ Reduce coste medio

Economías de escala internas

→ Mayor producción

⇒ Reduce coste medio

Economías de escala dinámicas

→ Producción acumulada en el pasado

⇒ Reduce coste medio

b. Objetivo

Justificar protección de industria naciente

Valorar efectividad de protección

c. Resultado

Debate de largo alcance

Argumentos a favor y en contra

Ejemplos de éxito y fracaso

II. *Formulación*

a. Situación inicial

Industria nacional inexistente

Potenciales economías de escala

b. Fase de intervención

Restricciones cuantitativas

Aranceles suficientemente altos

Producción nacional aumenta

Realización progresiva de economías de escala

c. Fase de libre comercio

Eliminación de restricciones y aranceles

Empresas nacionales son competitivas

III. *Implicaciones*

a. Test de Mill

Una vez retirado el apoyo

→ Sector protegido debe ser rentable por sí solo

b. Test de Bastable

Suma descontada de beneficios en libre comercio

→ Superior a costes en fase de intervención

IV. *Valoración*

a. Crítica de los mercados de capital

Asumiendo mercados financieros que se aproximan a perfección

Pérdidas iniciales pueden financiarse con bfcios. futuros

b. Heterogeneidad de resultados

c. Coste de los fondos públicos

Coste difícil de estimar

En qué medida se induce crowding-out de mejores usos

d. ISI vs EOI

Import-substitution Industrialization

Export-oriented industrialization

Consenso sobre ineffectividad de ISI

Países con EOI aparentemente mejores resultados

Insuficiente tamaño de mercado

→ Una de las causas del fracaso de ISI

e. Reacción de mercados de importación

4. Brander y Spencer (1981): entrada y Stackelberg

1. *Idea clave*

a. Contextualización

Oligopolio

→ Varias empresas

→ Interdependencia estratégica

⇒ Toman decisiones considerando respuesta de otros

Número de empresas competidores

→ No necesariamente fijo

→ Posible entrada o no entrada

Monopolio extranjero

Política arancelaria

→ Permite extraer renta de empresas extranjeras

→ Implica menor producción y consumo

→ Puede afectar entrada de nuevas empresas

⇒ Arancel puede tener efectos sobre bienestar

⇒ Posible utilización para incentivar entrada empresas nacionales

b. Objetivos

Caracterizar efectos de aranceles sobre entrada

Caracterizar optimalidad de aranceles que afectan entrada

c. Resultados

Aranceles pueden incentivar entrada de empresas domésticas

Aranceles pueden aumentar bienestar nacional

→ Capturando parte de renta de monopolista

→ Entrada compensa reducción de producción

II. *Formulación*

a. Empresa extranjera

Produce para mercado su mercado de origen extranjero

Produce y exporta a mercado nacional

Enfrenta costes fijos

Decide primero cuando producir para mercado nacional

→ Se comporta como líder de Stackelberg

b. Empresa nacional

Decide después de incumbente:

→ Entrar o no

→ Cuánto producir si entrar

Enfrenta costes fijos

→ Posible equilibrio de Stackelberg bfcio <0

⇒ Entrante nacional no entraría

c. Representación gráfica

Gráfica IV

III. *Implicaciones*

a. Entrada más probable con aranceles

Menor producción de incumbente

Mayor demanda residual para potencial entrante

Isobeneficios de incumbente se desplazan hacia izquierda

Equilibrio de Stackelberg más a la izquierda

→ Más probable entrante en isobeneficio >0

b. Arancel puede aumentar bienestar nacional

Arancel permite extraer renta de incumbente extranjero

Arancel implica también disminución de consumo

Entrada de productor nacional aumenta consumo

⇒ Neto puede ser positivo

c. Posibles incentivos unilaterales a establecer aranceles

Especialmente, en contexto de monopolistas internacionales

d. Aranceles pueden ser incentivo a IDE

Incumbente crea sus propios entrantes potenciales

Reduce incentivo de gobierno a imponer aranceles

IV. *Valoración*

a. Abre programa de investigación

Política comercial en contexto de interdep. estratégica

5. Spencer y Brander (1983) – Subsidios a la I+D

1. *Idea clave*

a. Contexto

Años 80

<p>Subsidios a la exportación prohibidos</p> <p>Subsidios a I+D generalizados</p> <p>→ Especialmente en industrias exportadoras</p> <p>b. Objetivos</p> <p>Teoría positiva de los subsidios a la exportación</p> <p>Valorar papel de:</p> <p>→ Secuencialidad de decisión</p> <p>→ Papel de subsidios a exportación y a I+D</p> <p>c. Resultado</p> <p>I. Subsidios positivos a I+D pueden ser óptimos</p> <p>→ Cuando sólo un país los impone</p> <p>→ Cuando los bienes son sustitutos estratégicos</p> <p>⇒ Maximización de renta nacional</p> <p>II. Empobrecimiento del vecino posible</p> <p>→ Si ambos países pueden imponer subsidios I+D</p> <p>→ Si asimetría de demanda no es muy fuerte</p> <p>III. Subsidios a exportación reducen subsidios a I+D</p> <p>→ Tienen efecto generalmente equivalente</p> <p>→ Pero subsidios a exportación muy restringidos</p> <p>⇒ Gobiernos “escapan” vía subsidios a I+D</p> <p>II. <i>Formulación</i></p> <p>a. Juego de dos etapas</p> <p>2 agentes</p> <p>→ Empresa nacional</p> <p>→ Empresa extranjera</p> <p>⇒ Deciden cuánto invertir y cuanto producir</p> <p>Beneficios dependen de:</p> <p>→ Producción propia (+)</p> <p>→ Producción de la otra empresa (-)</p> <p>⇒ Costes y demanda</p> <p>→ Inversión propia en I+D (+)</p> <p>b. Etapas del juego</p> <p>1. Empresas deciden cuanto invertir en I+D</p> <p>2. Empresas deciden cuanto producir</p> <p>Resultado:</p> <p>→ Funciones de reacción de cada empresa</p> <p>→ Equilibrio de Nash bajo supuestos habituales sobre demanda</p> <p>c. Subsidio a I+D en un país</p> <p>Gobierno actúa antes que empresas</p> <p>→ Amenaza totalmente creíble de actuar</p> <p>Estructura de costes de las empresas cambia</p> <p>→ Inversión en I+D más barata</p> <p>⇒ Invierten más en I+D</p> <p>Más inversión en I+D</p> <p>→ Menores costes</p> <p>⇒ Más producción resulta creíble</p> <p>Competidor reacciona reduciendo producción</p> <p>⇒ Más beneficios para empresa subvencionada</p> <p>Equilibrio de Stackelberg</p> <p>→ Equilibrio se asemeja a Stackelberg</p>	<p>→ Empresa subvencionada actúa como líder en I+D</p> <p>⇒ Subvención le permite comprometerse a más I+D</p> <p>Gráfica V</p> <p>d. Subsidios a I+D en ambos países</p> <p>Un sólo gobierno subvencionando</p> <p>→ Empobrecimiento del país que no subvenciona</p> <p>→ Ganancia de bienestar del que subvenciona</p> <p>Dos países que pueden subvencionar y no cooperan</p> <p>→ Intentarán ganar a costa del vecino</p> <p>Equilibrio de Nash bajo FReacción y dda. estándar</p> <p>→ Subvención a I+D positiva en ambos</p> <p>→ Producción superior a eqs. anteriores</p> <p>⇒ Precio inferior</p> <p>⇒ Beneficios inferiores</p> <p>⇒ Sobreproducción</p> <p>Dilema del prisionero para productores</p> <p>→ Óptimo individual dado comportamiento del otro</p> <p>→ Subóptimo global</p> <p>Óptimo para consumidores</p> <p>→ Precio inferior respecto a ausencia de subvención</p> <p>e. Subvenciones a la exportación y a I+D</p> <p>Subsidios anunciados al mismo tiempo</p> <p>→ Antes de que empresa decida I+D</p> <p>Un sólo país puede subvencionar ambos</p> <p>→ Producción e I+D</p> <p>Equilibrio óptimo</p> <p>→ Subvención a la exportación</p> <p>⇒ Reducción de costes de producción</p> <p>⇒ Empresa actúa como líder de Stackelberg en output</p> <p>→ Impuesto al I+D</p> <p>⇒ Menor gasto improductivo en I+D</p> <p>⇒ Costes ya se reducen por subvención a exportación</p> <p>III. <i>Implicaciones</i></p> <p>a. Acuerdos antisubvención de exportaciones</p> <p>Potencialmente aumentan subsidios a I+D</p> <p>Fenómeno apreciado en últimas décadas</p> <p>b. Coste de los fondos públicos no analizados</p> <p>Asumiendo subvención financiada con impuestos</p> <p>→ Sin exceso de gravamen asociado</p> <p>⇒ ↑ de beneficios induce mejora de bienestar</p> <p>En la práctica, no sería así</p> <p>c. Bloques comerciales de gran tamaño</p> <p>En la práctica, múltiples bloques pueden subvencionar</p> <p>d. Incentivos a negociación</p> <p>Gobiernos conocen problemas de comportamiento no cooperativo</p> <p>→ Incentivos a negociar acuerdos antisubvención</p> <p>⇒ I+D más difícil de evitar y gravar vía acuerdos</p>
--	---

IV. *Valoración*

- a. Artículo seminal
- b. Inicia programa de investigación
PC estratégica en oligopolio

6. **Brander y Spencer (1985) – Subsidios a la exportación en Cournot**I. *Idea clave*

- a. Contexto
 - Spencer y Brander (1983)
 - Artículo seminal
 - Formulación relativamente compleja
 - Teoría neoclásica del CI
 - Subsidios a la exportación son poco efectivos
 - Aranceles contrarrestan efecto
 - Sólo sirven para subvencionar consumidores extranjeros
 - Sin embargo, subvenciones son habituales
 - Por vías indirectas
 - Cuando no están prohibidos
- b. Objetivos
 - Análisis de subsidios a exportación
 - Simplificación de Spencer y Brander (1983)
 - Explicar desviación de beneficios con subvenciones
- c. Resultados
 - Competencia imperfecta puede explicar
 - Competencia a la Cournot induce subvención
 - Como decisión óptima
 - Intervención pública puede ser second-best
 - Competencia imperfecta introduce restricción
 - ⇒ Subvención es óptima

II. *Formulación*

- a. Dos empresas en dos países distintos
 - Representadas por x e y
- b. Maximización de beneficio de empresa x

$$\max_x \pi(x, y; s) = p(x + y)x - c(x) + s \cdot x$$

CPO: $\pi_x = p'x + p - c_x + s = 0$

CSO: $\pi_{xx} = p''x + 2p' - c_{xx} < 0$
- c. Supuestos sobre demanda:
 - I. $\pi_{xy} \equiv p''x + p' < 0$
 - BMg decrece con producción de otra empresa
 - ⇒ Curvas de reacción decrecientes
 - II. $\pi_{xx} < \pi_{xy}, \pi_{yy}^* < \pi_{yx}^*$
 - Efectos de \uparrow prod. propia más fuertes que \uparrow prod. ajena
- ⇒ $D \equiv \pi_{xx}\pi_{yy}^* - \pi_{xy}\pi_{yx}^* > 0$
- ⇒ Equilibrio es único global y estable
- d. Solución simultánea a problemas de máx. de x e y
 - Equilibrio no cooperativo de Cournot
- e. Aumento del subsidio nacional

Reduce costes para cualquier producción

Aumenta producción nacional:

$$\frac{\partial x}{\partial s} \equiv y_s \equiv \frac{-\pi_{yy}^*}{D} > 0$$

→ Asumido $\pi_{yy} < 0, D > 0$

$$\Rightarrow \frac{\partial x}{\partial s} > 0$$

Cae producción extranjera:

$$\frac{\partial y}{\partial s} \equiv y_s \equiv \frac{\pi_{yx}^*}{D} < 0$$

Aumenta beneficio para cualquier producción

→ Permite “compromiso” de mayor producción

⇒ Desplaza curva de reacción hacia fuera

⇒ Como en Spencer y Brander (1983)

III. *Implicaciones*

- a. Incentivo unilateral a subsidio positivo
 - País doméstico
- b. Caída del precio del bien
 - Más producción implica menor precio de venta
- c. Aumento del beneficio nacional
 - Relativamente sorprendente
 - Subsidio aumenta beneficio de la empresa
 - Pero cuesta dinero al gobierno
 - Beneficio total nacional:¹
 - $\max_s G(s) = \pi(x, y; s) - s \cdot x$
 - $\frac{\partial G}{\partial s} = \pi_s - x - s x_s = 0$
 - Puede demostrarse² que $s^* > 0$
 - Si función de reacción de y es decreciente
 - Si beneficio de x cae con aumento de y
 - ⇒ Subsidio positivo es óptimo
 - ⇒ Equivale a amenaza creíble de aumentar producción
- d. Caída del beneficio extranjero
 - Subvención a doméstica reduce ventas extranjera
 - Cae beneficio extranjero
- e. Relación relativa de intercambio
 - En contexto de CPerfecta
 - Aumento de la producción deteriora RRI
 - ⇒ Caen rentas de factores
 - ⇒ Cae renta nacional
 - En contexto de competencia imperfecta
 - Cae precio pero es mayor que CMg
 - Aumentan ventas
 - ⇒ Puede inducir aumento neto del beneficio
- f. Mercado nacional también relevante
 - Asumiendo monopolio en mercado nacional
 - Si costes marginales constantes
 - Sin efectos relevantes
 - Si costes marginales decrecientes

¹Entendiendo como beneficio la simple suma del beneficio de la empresa y la cantidad subvencionada, sin considerar el bienestar de los consumidores.

²Ver Brander y Spencer (1985), pág. 89 y 90, ecuación (13) y anteriores.

- Subsidio aumenta producción
- Más producción reduce costes
- ⇒ Más probable que el subsidio sea beneficioso

IV. Valoración

- a. Simplificación de Spencer y Brander (1983)
- b. Justificación sencilla de incentivos a exportación

7. Eaton y Grossman (1986) – Competencia a la Bertrand

I. Idea clave

a. Contexto

Similar a anteriores

→ Empresas exportadoras

→ Interdependencia estratégica

Gobiernos gravan positiva y negativamente:

→ I+D

→ Exportaciones

→ Producción

Gobiernos tratan de provocar:

→ Desviación de rentas

→ Variaciones de la RRI

Spencer y Brander (1983), Brander y Spencer (1985)

→ Conjeturas consistentes y de Cournot

→ Subvenciones para liderar a la Stackelberg

Pero conjeturas pueden ser:

→ No consistentes³

→ Diferentes de la conjetura de Cournot⁴

b. Objetivos

Generalizar el análisis

→ Conjeturas no consistentes

→ Conjeturas de Bertrand

→ Oligopolio multifirma

→ Entrada y salida endógena

→ Consumo doméstico de bienes

c. Resultado

Subsidios no necesariamente óptimos

Impuestos a la exportación pueden serlo

Conjeturas consistentes y a la Bertrand

→ Laissez-faire es óptimo

II. Formulación

a. Similar contexto a Brander y Spencer (1985)

Dos empresas en dos países

Bienes sustitutivos

Venden en tercer mercado

→ Pero en este caso, fijan precios

b. Reacción real diferente a conjeturada

Requisito esencial

→ Para que intervención sea deseable

Si reacción real menor a conjeturada

→ Impuesto negativo/subvención

Si reacción real mayor a conjeturada

→ Impuesto positivo

c. En Cournot simple y habitual

→ Reacción conjeturada: 0

→ Reacción real: $-\frac{1}{2}$

Reacción real es menor a conjeturada

→ Subvención es óptima

⇒ Brander y Spencer (1985)

d. Conjeturas consistentes

Reacción real es igual a reacción conjeturada

Por ejemplo, en Bertrand básico

→ Reacción conjeturada igual a -1

→ Reacción real igual a -1

Impuesto a exportación ↑ costes domésticos

Competidor podría fijar precio arbitrariamente menor

→ Y llevarse todo el mercado

⇒ Laissez-faire preferible

e. En Bertrand con conjeturas inconsistentes

Reacción conjeturada igual a -1

Reacción real mayor a -1

⇒ Conjeturas inconsistentes

⇒ Reacción real mayor a conjeturada

Impuesto a exportación es óptimo

→ Fijado antes de que empresas decidan

Empresa doméstica puede fijar precio más alto

→ Amenaza creíble de fijar precios altos

→ Gobierno extrae parte de la renta

⇒ Impuesto a exportación es óptimo

Representación gráfica

Gráfica VI

III. Implicaciones

a. Consistencia de conjeturas es fundamental

Determina optimalidad de intervención

b. Varias empresas en un país⁶

Contexto de múltiples empresas que no coluden

→ En un sólo país

→ Sin competencia extranjera

³Una conjetura no consistente es aquella que no coincide con la reacción real del agente sobre cuya reacción se realiza la conjetura.

⁴Es decir, se puede conjeturar una reacción diferente a una variación de 0 en la cantidad producida ante un aumento en la cantidad producida por la otra empresa.

⁵Supongamos una función de demanda $D(x+y) = 1 - (x+y(x))$. La empresa x maximiza la función de beneficio $\pi(x, y) = (1 - (x+y(x)))x - c(x)$. La condición de primer orden es $1 - 2x - y - y'(x)x - c' = 0$. Reordenando, tenemos que la función de reacción de x es $x = \frac{1-y-c'}{2+y'}$. En un contexto de Cournot, la conjetura de x sobre la respuesta de y a variaciones en su producción es tal que $y'(x) = 0$, y de forma análoga respecto a la conjetura de y en relación a la respuesta de x tal que $x'(y) = 0$. Es evidente que esta conjetura no coincide con la función de reacción, que implica que $\frac{dx}{dy} = \frac{dy}{dx} = -\frac{1}{2}$. Así, tenemos que la reacción real $(-1/2)$ es menor a la conjeturada (0) y será óptimo introducir un impuesto negativo a las exportaciones o una subvención, de manera concordante con Spencer y Brander (1983) y Brander y Spencer (1985).

⁶Ver Eaton y Grossman (1986), pág. 397.

- Tratan de vender en tercer mercado
- Cuando una aumenta producción
- Impone externalidad pecuniaria sobre las otras
- Gobierno puede forzar equilibrio cooperativo doméstico
- Introduciendo un impuesto a las exportaciones
- ⇒ Todas se ven forzadas a aumentar precio
- ⇒ Gobierno extrae renta

IV. Valoración

- a. Política comercial vs política industrial
 - Política comercial
 - Actuaciones sobre RRI
 - Política industrial
 - Actuaciones sobre estructura de costes
 - Ambas pueden desviar beneficios
 - Elección depende de conjeturas e instituciones
- b. Competencia en mercado nacional
 - Relevante sobre efectos de políticas en exterior
- c. Análisis de entrada y salida
 - También analizado en artículo
 - Libre entrada puede:
 - Eliminar beneficios positivos de domésticas
 - Especialmente si CFijos suficientemente bajos
 - Costes fijos de entrada suficientemente altos
 - Pueden mantener bfcios. positivos de empresas domésticas
 - Pueden hacer viable pol. industrial estratégica
- d. Generalización de resultados de Brander y Spencer
- e. Análisis superficial de demanda
- f. Sin caracterización de diferenciación

8. Oligopolio verticalmente diferenciado – Shaked y Sutton (1983)

- I. *Idea clave*
 - a. Contexto
 - De gustibus non est disputandum
 - No siempre se cumple
 - En ocasiones, calidad es parámetro objetivo
 - Todos los agentes están de acuerdo
 - En contexto de comercio internacional
 - Posible especialización en determinadas calidades
 - Política arancelaria
 - Puede tener efectos sobre calidades producidas
- II. *Formulación*
 - a. Utilidad de los consumidores
 - $U_i = u_j \cdot (t_i - p_j)$
 - b. Empresas
 - Coste de variedad aumenta con calidad u_j
 - Producen variedades à la Bertrand
 - Precio igual a coste
 - c. Equilibrio

- Cuotas de mercado de cada variedad
- Depende de relación entre coste marginal y calidad
- Más calidad aumenta muy poco el coste marginal
- Consumidores prefieren calidades altas
- ⇒ Menos dispersión de cuotas de mercado

- d. Especialización de producción de variedades
 - Depende de tecnología disponible
 - Determinados países, producir mejor aumenta coste más
 - Especialización en variedades con menos calidad
- e. Política arancelaria estratégica
 - Puede alterar especialización en diferentes calidades

III. Implicaciones

- a. Efecto de arancel depende de calidad producida
- b. Economía doméstica produce calidades bajas
 - Arancel aumenta coste de variedades mejores extranjeras
 - Mayor consumo de variedades nacionales
 - Cae calidad media consumida localmente
 - Calidad máxima producida localmente aumenta
- c. Economía doméstica produce calidades altas
 - Arancel aumenta coste de variedades peores extranjeras
 - Mayor consumo de variedades nacionales
 - Calidad media consumida localmente aumenta
 - Calidad mínima producida localmente aumenta

IV. Valoración

9. Barret (1994): pol. medioambiental estratégica

- I. *Idea clave*
 - Reg. medioambiental
 - Puede ser instrumento de PComercial
- II. *Formulación*
 - a. Incentivos de PComercial a regulación débil/fuerte
 - Regulación débil entendida como:
 - Coste de mitigación menor que daño marginal
 - Depende de:
 - Estructura competitiva nacional e internacional
 - b. Competencia à la Cournot
 - Incentivos a establecer reg. medioambiental débil
 - Mantener amenaza de cantidad producida elevada
 - c. Competencia à la Bertrand
 - Incentivos a establecer reg. medioambiental fuerte
 - Reg. medioambiental es amenaza creíble de ↑ precio
- III. *Implicaciones*
 - a. Protección medioambiental tiene consecuencias de CI
 - b. Política MA puede ser instrumento de PComercial
 - c. Estructura del mercado determina PolMA

II. LA POLÍTICA DE PROMOCIÓN EXTERIOR

1. Idea clave

I. Contexto

a. Política comercial

Alterar relación relativa de intercambio

→ Instrumentos arancelarios y no arancelarios

b. Políticas de oferta

Alterar contexto microeconómico

→ Mejorar productividad de empresas nacionales

→ Reducir costes de producción

c. Política industrial

Alterar estructura industrial

d. Restricciones de tratados internacionales

Políticas anteriores tienen efectos indeseados

Dilemas del prisionero

Otros equilibrios subóptimos posibles

Políticas anteriores muy restringidas

→ Aranceles muy bajos

→ Cuotas prohibidas en GATT

→ Subvenciones a exportación prohibidas

→ Ayudas a industria nacional restringidas

→ Política industrial restringida en contexto UE

II. Objetivos

a. Aumentar renta nacional

b. Aumentar base exportadora

Conjunto de empresas que exportan

c. Aumentar propensión a exportar

Proporción de empresas nacionales que exportan

d. Aumentar valor añadido de exportaciones

e. Aumentar diversificación de destinos de exportación

f. Mejorar relación de intercambio

g. Aumentar IDE recibida

⇒ Internacionalizar economía

III. Resultados

a. Entorno de inversión

Aumento de IDE recibida

Transferencia tecnológica

Introducción de economía en cadenas de valor global

b. Competitividad ex-post y no precio

Mejora de cuotas de exportación

Mejora en índices de competitividad

2. Justificación de las políticas de promoción exterior

I. Economías de escala

a. Mayor tamaño de mercado potencial

Aumento de producción y ventas

⇒ Realización de economías de escala

b. Capital insuficiente

Empresas no pueden afrontar fase inicial

→ Son poco competitivas al principio

Mercados financieros imperfectos no proveen capital

→ Riesgo elevado

→ Insuficiente información

c. Sin intervención pública

Empresas domésticas tienen costes altos

→ No realizan economías de escala

⇒ No compiten a nivel internacional

d. Intervención del sector público

Proveer financiación

II. Resistencia al fluctuaciones cíclicas

a. Acceso a mercados de exportación diversificados

Amortiguar efecto de shocks idiosincráticos

b. Evidencia empírica en crisis

Empresas exportadoras soportan mejor la crisis

→ Ingresos de exportación más resistentes

c. Intervención pública pro-internacionalización

Suavizar fluctuaciones macroeconómicas

III. Externalidades

a. Exportación e internacionalización tiene spill-overs

Sobre otras empresas domésticas

→ Contactos e información

→ Eslabonamientos

→ Transferencia tecnológica

b. Empresas individuales pueden no internalizar externalidad

No invierten en internacionalización

→ Beneficio total subóptimo

IV. Costes hundidos

a. Exportación requiere costes fijos

Cuando actividad exportadora se consolida

→ Se convierten en hundidos

b. Incumbentes ya han superado costes hundidos

Menores costes

c. Potenciales exportadores no pueden competir

d. SP puede facilitar financiación

Superar costes hundidos de competidores

V. Redes sociales

a. CI requiere a menudo de contactos en destinos

b. Insuficientes incentivos al establecimiento de contactos

c. Intermediación necesaria para emparejar exportado-importador

d. Sector público puede jugar papel de intermediador

VI. Barreras de entrada

a. Explícitas

Aranceles, cuotas, restricciones

→ Objeto de negociación comercial bi/pluri/multilateral

b. Implícitas

Regulaciones complejas

Estándares de calidad

- c. SPúblico puede informar sobre regulación y estándares
 - Más beneficiarios reduce coste
 - Embajadas y oficinas consulares como punto de partida

VII. *Path-dependency/Dependencia de senda*

- a. Factores históricos afectan a presente
 - Redes sociales (in)existentes
 - Imagen de marca
 - Propensión a asociar producto a país
 - Implantación de competidores
 - ⇒ Impacto negativo sobre beneficios esperados
- b. SP puede proveer

VIII. *Escasez de capital humano en internacionalización*

- a. Exportación requiere conocimiento específico
 - Legislación internacional y país de destino
 - Técnicas comerciales
 - Idioma local
- b. Insuficientes incentivos para formar en empresa
 - Capital humano no suficientemente específico a la empresa
 - Cuanto más exportadores, menos especificidad
- c. Sector público puede contribuir a formación de capital

3. Instrumentos no financieros

I. *Regulatorios*

- a. Reducir carga burocrática de IDE
- b. Simplificar trámites de exportación
 - Especialmente vía acuerdos con país de destino

II. *Formación*

- a. Programas de formación de capital humano
- b. Ejemplo en España:
 - Becas ICEX

III. *Información*

- a. Proporcionar información sobre destino
 - Regulación
 - Costumbres
 - Estudios de mercado
 - Análisis macroeconómico
 - Riesgos políticos

IV. *Promoción*

- a. Organización de ferias comerciales
- b. Marketing y publicidad
- c. Construcción de marca-país
- d. Subvención de misiones y misiones inversas
- e. Organización de seminarios y foros de inversión

V. *Diplomacia económica*

- a. Utilización de capacidad de influencia del estado
 - A nivel político, militar y económico
 - Apoyo de intereses económicos

- b. Presión mediante diplomacia comercial
 - Concesión de contratos y preferencias
 - A cambio de contrapartidas en otras áreas
- c. Influencia de factores:
 - Históricos
 - Militares
 - Geoestratégicos
- d. Participación del SP en economía de destino
 - Aumenta efectividad de diplomacia económica

VI. *Provisión de consultoría y asesoramiento*

- a. De forma gratuita o subvencionada
- b. Aprovechamiento de economías de escala
 - A nivel de proveedor de consultoría y asesoramiento
- c. También en contexto de disputas comerciales
- d. Colaboración con proveedores privados
 - “Business intelligence”
- e. Ejemplo en España:
 - ICEX

4. Instrumentos financieros de promoción exterior

I. *Idea clave*

- a. Componentes de una oferta de exportación
 - Oferta técnica
 - Características esenciales de lo exportado
 - Oferta comercial
 - Precio de lo exportado
 - Oferta financiera
 - Condiciones de financiación de la compra
- b. Permitir a exportador mejorar oferta financiera
- c. Especialmente relevante para PYMES
 - Más difícil acceso a mercados financieros
 - Menor solvencia y mayores riesgos

II. *Créditos directos a exportación*

- a. SP provee financiación a empresa
- b. Empresa financia venta a importador en destino
- c. Liquidez tras financiar exportación
- d. Habitualmente canalizados por intermediario
 - Fondos públicos
 - IFs públicas y privadas
- e. Ejemplo en España:
 - Línea ICO Internacional

III. *Garantías para créditos a exportación*

- a. Sector financiero financia a empresa
- b. Financiación privada exige garantía de pago
- c. Sector público provee financiación
- d. ECAs – Export Credit Agencies
- e. Ejemplo en España:
 - CESCE

IV. *Aval*

- a. Determinados proyectos exigen aval
 - Licitador debe aportar aval

→ Garantizar cumplimiento

→ Asegurar posibles imprevistos

b. SP facilita avales en proyectos internacionales

c. Ejemplo en España:

Avales de CESCE

v. Capital para inversión

a. Empresas requieren capital de l/p

Establecerse en país de destino

Plantas de producción para exportar

b. SP puede participar en capital de empresas

Participación temporal en accionariado

Préstamos de largo plazo

VI. Determinantes de volumen de financiación

a. Dotación de fondos concesionales

b. Límites a seguro de crédito a exportación

Techos-país

→ Limitar exposición a un país determinado

Techo-operación

→ Limitar exposición en una operación concreta

VII. Determinantes de condiciones de financiación

a. % de fondos disponibles destinada a concesional

b. Condiciones en las que se otorga crédito concesional

c. Condiciones de apoyo a la inversión

III. INDICADORES DE COMPETITIVIDAD

1. Idea clave

I. Concepto de competitividad

a. Definición genérica

Capacidad para competir en mercados internacionales

b. Diferentes concepciones de competitividad

Medida de la ventaja comparativa

Capacidad para generar niveles altos

→ De ingresos y empleo elevados de forma sostenida

⇒ Compitiendo internacionalmente

c. Factor determinante de cuenta corriente

Capacidad para colocar ByS en exterior

Demanda de ByS extranjeros frente a nacionales

II. Medición de la competitividad

a. Dificultades de medición

Dependencia de la definición

Problemas de datos

⇒ Uso de indicadores cuantitativos

Agregar variables en una

2. Indicadores de competitividad-precio/coste

I. Idea clave

a. Carácter ex-ante

Valorar competitividad antes de intercambio

b. Evolución comparativa de costes y precios

Respecto a competidores o resto del mundo

c. Instituciones que compilan

Banco Central Europeo

→ Indicadores de competitividad armonizados

Informe trimestral sobre precios y costes

→ Comisión Europea

Banco de España

→ Índices de competitividad

Secretaría de Estado de Comercio

→ Índices de Tendencia de Competitividad

d. Tipo de cambio efectivo real

En lo fundamental, son equivalentes

e. Valoración indirecta de competitividad

Precios y costes pueden aumentar

→ Pero que aumente calidad y sofisticación

⇒ Y mejore comp. aunque aumente precio

⇒ Necesario completar con otros indicadores

II. Metodología

a. En lo fundamental, TCER

b. Elementos de variación

Grupo de socios comerciales

→ Deseable represente a competidores

Ponderación de los tipos de cambio

→ Peso a asignar a TC de cada país

Deflatores

→ Muy amplias posibilidades

⇒ IPC, IValorUnitarioExportación

⇒ CLUs, deflactor de PIB, IPIndustriales...

Fórmula de cálculo

→ Multiplicación de índices de precios relativos usados

⇒ Ejemplo: $ITC = \frac{IPR \cdot IPX}{100}$

III. Índice de Tendencia de Competitividad

a. Formulación

$$ITC_t^a = \frac{IPX_t^a \cdot IPR_t^a}{100}$$

b. IPX – Índice de Tipo de Cambio

$$IPX_t^a = 100 \cdot \prod_{i=1}^I \left(\frac{1}{tc_{it}} \right)^{n_i}$$

→ n_i : ponderación normalizada de cada moneda, $\sum_i n_i = 1$

→ tc_{it} : tipo de cambio directo

⇒ Media geométrica ponderada de TC bilaterales

⇒ Aumento (caída) de IPX indica apreciación (depreciación)

c. IPR – Índice de Precios Relativos

$$IPR_t^a = 100 \cdot \frac{IPC_{Espana,t}^a}{\prod_{i=1}^I (IPC_{i,t}^a)^{n_i}}$$

⇒ Relación entre IPC de España...

⇒ ...y media geométrica ponderada de IPCs de referencia

IV. Ventajas e inconvenientes

a. Dependientes de deflactor usado

- b. Índices de precios al consumo
 - Mejor calidad de datos
 - Buena comparabilidad
 - Alta frecuencia
 - Pocas revisiones posteriores
 - Problemas
 - Excluyen bienes comercializables de capital
 - Sensibles a impuestos indirectos
 - Sólo indirectamente relacionados con costes de producción
- c. Costes laborales unitarios
 - Sujetos a volatilidad
 - Cambios más significativos:
 - Especificidades en estadísticas de salarios y empleo
 - No recogen:
 - Evolución de costes asociados a producción
 - Precio final también afectado por margen empresarial
- d. Indicadores basados en IVUs⁷
 - Aproximación de precios de operaciones de X y M
 - Fáciles de obtener con datos aduaneros
 - No recogen precios directamente
 - Sujetos a efecto composición
 - Cuando cambia estructura relativa del XyM
- e. Deflatores del PIB
 - Muy fáciles de calcular
 - Sujetos a volatilidad de series trimestrales
 - Especialmente en economías pequeñas
- f. Desventaja común salvo IVUs
 - Inclusión de ByS no comercializables internacionalmente
 - Que sólo afectan indirectamente a competitividad
- g. Efectividad de indicadores
 - Índices basados en IPC
 - Aproximan cerca del 80 % de Δ de X
 - Ligeramente inferior para CLUs

3. Indicadores de competitividad revelada

- I. *Idea clave*
 - a. Carácter ex-post
 - Una vez se ha producido el intercambio
 - b. Evolución comparativa de cuota y volúmenes
 - En un periodo determinado
 - c. Resultado de interacción de múltiples factores
 - Todos los que influyen en los intercambios
- II. *Cuota de España en exportaciones mundiales de bienes*
 - a. Cuota mantenida estable desde 2000
 - A pesar de aumento de emergentes
 - A pesar de China

⁷Índices de Valor Unitario.

- A pesar de deterioro de costes relativos
- b. Sólo Alemania también logra mantener
 - RU, FRA, ITA pierden cuota claramente
- c. Explicaciones a “paradoja española”
 - Cambios en la composición de la oferta
 - Buena adaptación a demanda mundial
 - Bienes de buena calidad-precio
 - Diversificación de la oferta
 - Diversificación geográfica
 - Aumento de la base exportadora
 - Margen extensivo
 - Aumento de las ventas de exportación
 - Margen intensivo
- III. *Cuota de España en exportaciones de bienes de UE*
 - a. Senda más favorable que exportaciones mundiales
 - Cuota ha crecido hasta el 5,3 %
 - No sólo se ha mantenido estable
- IV. *Cuota de España en exportaciones de servicios*
 - a. Pérdida en últimas dos décadas
 - b. Exportaciones han crecido
 - Pero menos que exportaciones mundiales
 - c. España es potencia mundial en servicios
 - Pero emergentes han crecido mucho

4. Otros indicadores

- I. *Calidad institucional*
 - a. Índice de competitividad global
 - b. Publicado por WEFforum
 - c. Agregación de 114 indicadores
 - Agrupados en 12 pilares
 - Tres tipos de economías
 - Economías centradas en ff.pp.
 - Economías centradas en eficiencia
 - Economías centradas en innovación
 - Ponderados según grado de desarrollo de economía
- II. *Doing business*
 - a. Publicado por el Banco Mundial
 - b. Informe anual
 - c. Agregación de indicadores sobre
 - Actividades de PYMES locales
 - ¿Qué normas les afectan en su actividad?
 - d. Mejora apreciable en últimos 10 años
- III. *Otros*
 - a. World Competitiveness Ranking
 - Publicado por escuela de negocios IMD
 - b. Complejidad económica
 - Know-how acumulado
 - Catálogo de productos y servicios
 - Que un país es capaz de exportar

- c. Indicadores mundiales de gobernanza
- d. Competitividad del sector turístico
 - Publicado por WEF
 - Encabeza el ranking actualmente
 - Ascenso en los últimos años

CONCLUSIÓN

1. Recapitulación

- I. *Política comercial estratégica*
- II. *Política de promoción exterior*

2. Idea final

- I. *Contexto internacional*
 - a. Consolidación progresiva de grandes bloques
 - b. Guerra comercial posible
- II. *Unión Europea*
 - a. Política comercial competencia exclusiva
 - b.
- III. *Relación con otras áreas*

GRÁFICAS

		País B	
		Desarme	Mantiene
País A	Desarme	(a, a)	(b, c)
	Mantiene	(c, b)	(d, d)

Con $c > a > d > b$, el equilibrio de Nash

Figura I : Europa puede subvencionar la entrada de Airbus en un tercer mercado. Estados Unidos no puede subvencionar la entrada de Boeing.

		Airbus	
		C	NC
Boeing	C	$(-5, -5)$	$(50, 0)$
	NC	$(0, 50)$	$(0, 0)$

Europa no subvenciona entrada de Airbus.

		Airbus	
		C	NC
Boeing	C	$(-5, 1)$	$(50, 0)$
	NC	$(0, 56)$	$(0, 0)$

Europa subvenciona entrada de Airbus.

Figura II : Europa puede subvencionar la entrada de Airbus en un tercer mercado. Estados Unidos no puede subvencionar la entrada de Boeing.

Cuando Europa no subvenciona la entrada de Airbus, existen dos ENEP: una empresa entra y la otra no lo hace. Sin embargo, cuando Europa subvenciona la entrada de Airbus, existe un sólo ENEP tal que Airbus entra pero Boeing se mantiene fuera del mercado.

		Airbus	
		C	NC
Boeing	C	$(10, 10)$	$(35, 5)$
	NC	$(5, 35)$	$(25, 25)$

Figura III : Ambos gobiernos –Europa y Estados Unidos– pueden subvencionar la entrada de Airbus y Boeing –respectivamente– en un tercer mercado de aeronaves.

Cuando ambos gobiernos pueden subvencionar a sus empresas respectivas, existe un sólo ENEP: aquel en el que ambas empresas compiten. El resultado es compatible con un contexto de dilema del prisionero en el que el ENEP es subóptimo de Pareto.

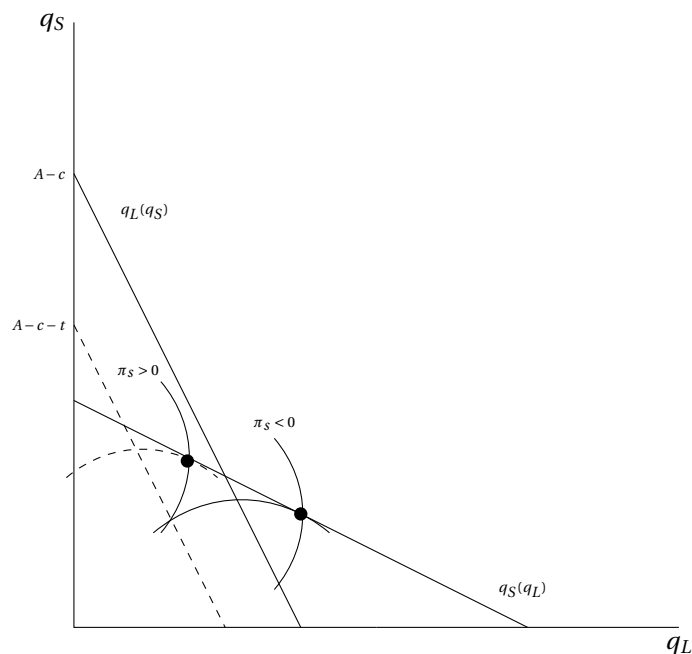


Figura IV : Efecto de un arancel a las importaciones en un contexto de Brander y Spencer (1981): el incumbente reduce su producción y permite la entrada al entrante potencial doméstico.

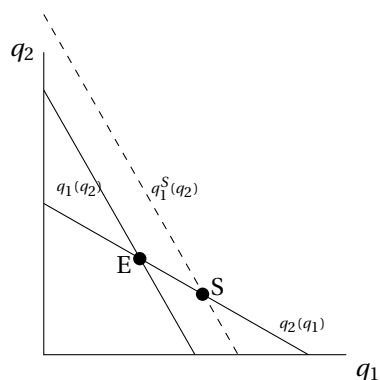


Figura V : Equilibrios en un contexto de Spencer y Brander (1983) cuando un país puede aplicar una subvención al I+D o las exportaciones.

La línea discontinua muestra la función de reacción de las empresas ante cambios en la producción de las otras empresas respectivas. La línea discontinua muestra la función de reacción de la empresa 1 tras las implementación de una subvención a la I+D o a la exportación. En el nuevo equilibrio, la empresa que se beneficia de la subvención produce más y la empresa que no lo recibe, menos.

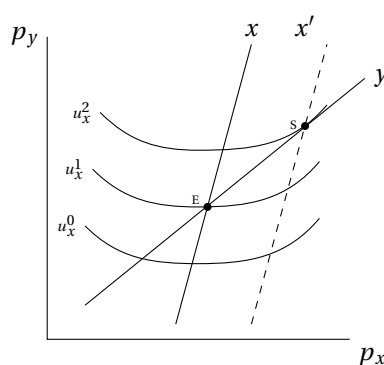


Figura VI : Política óptima en un contexto de conjeturas inconsistentes à la Bertrand en las que la reacción real es mayor que la conjeturada: un impuesto a la exportación aumenta el bienestar.

PREGUNTAS

TEST 2014

30. En un modelo oligopolístico de bienes homogéneos, la política comercial estratégica óptima desde el punto de vista del país que lo aplica es:

- a Introducir una subvención a la exportación si la competencia es según el modelo de Bertrand.
- b Introducir una subvención a la exportación si la variación conjetural es cero.
- c Introducir un impuesto sobre las exportaciones si las empresas compiten según el modelo de Cournot.
- d No intervenir el mecanismo de precios.

TEST 2005

27. Las políticas comerciales estratégicas se han tendido a aplicar por lo general:

- a En los países avanzados, en sectores de elevado valor añadido y productividad, donde las empresas pueden tener problemas a la hora de apropiarse de los resultados de su inversión en I+D.
- b En los países emergentes, en sectores tradicionales de escasa productividad y sometidos a una creciente competencia salarial por parte de los países pobres.
- c En los países en desarrollo, en sectores de elevado valor añadido y productividad, con objeto de desarrollar dichos sectores hasta que sean capaces de hacer frente a la competencia internacional.
- d En los países avanzados, en sectores tradicionales de escasa productividad y sometidos a una creciente competencia salarial por parte de los países en desarrollo.

NOTAS

2014: 30. B

2005: 27. A

BIBLIOGRAFÍA

Mirar en Palgrave:

- antidumping *
- countertrade *
- foreign trade
- globalization and the welfare state *
- infant-industry protection *
- international outsourcing *
- international trade theory
- non-price competition *
- optimal tariffs
- regional and preferential trade agreements
- non-tariff barriers
- sanctions and export deflation
- strategic trade policy *
- tariff versus quota
- trade and poverty
- trade cycle
- trade costs

Barrett, S. (1994) *Strategic environmental policy and international trade* Journal of Public Economics – En carpeta del tema

Brander, J.; Brander, J. (1983) *International R & D Rivalry and Industrial Strategy* Review of Economic Studies – En carpeta del tema

Brander, J.; Spencer, B. (1985) *Export subsidies and international market share rivalry* Journal of International Economics – En carpeta del tema

Eaton, J.; Grossman, G. (1986) *Optimal Trade and Industrial Policy under Oligopoly* The Quarterly Journal of Economics – En carpeta del tema

Eaton, J.; Kierzkowski, H. (1984) *Oligopolistic Competition, Product Variety, Entry Deterrence, and Technology Transfer* The RAND Journal of Economics – En carpeta del tema