



Universidad
Rey Juan Carlos



MARKETING GLOBAL E INTERNACIONAL Y COMERCIO EXTERIOR (SEMIPRESENCIAL)

Profesora: Paloma Bernal Turnes
paloma.bernal@urjc.es

©2022 Autora Paloma Bernal Turnes
Algunos derechos reservados
Este documento se distribuye bajo la licencia
"Atribución-CompartirIgual 4.0 Internacional" de Creative Commons,
disponible en
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.es>

Contenidos de la Asignatura:

- 1.- GLOBALIZACIÓN Y POR QUÉ LOS PAÍSES DEBERIAN COMERCIALIZAR INTERNACIONALMENTE
 - 2.- COMERCIO INTERNACIONAL DE BIENES
 - 3.- COMERCIO INTERNACIONAL DE SERVICIOS
 - 4.- FACILITACIÓN DE COMERCIO INTERNACIONAL:
Procedimientos de comercio, documentos y gestión de problemas
 - 5.- ESTRATEGIAS DE DIVERSIFICACIÓN E INTEGRACIÓN EN CADENAS GLOBALES DE SUMINISTRO
 - 6.- ESTRATEGIAS DE MARKETING INTERNACIONAL Y LOS AJUSTES CORPORATIVOS PARA ABORDAR LAS OPERACIONES DE MARKETING INTERNACIONAL
-





Universidad
Rey Juan Carlos



TEMA 1.- GLOBALIZACIÓN Y POR QUÉ LOS PAÍSES DEBERIAN COMERCIALIZAR INTERNACIONALMENTE

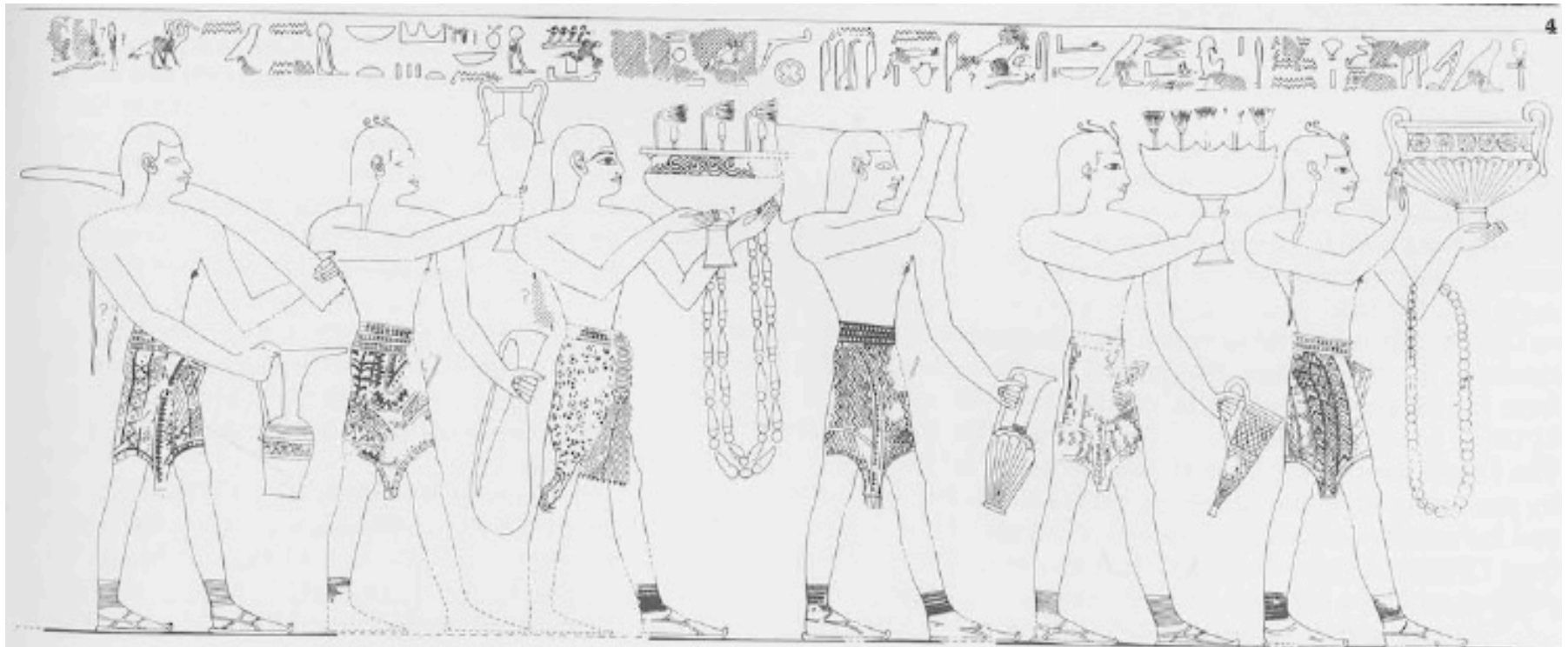
Profesora: Paloma Bernal Turnes
paloma.bernal@urjc.es

1. Introducción al comercio

La urgencia de comercializar

Los países o las personas comercian?

Comercio en la Era de Bronce



Los cretenses pagaban con colmillos de elefante, lingotes de cobre y otros materiales preciosos. Encontrado en la tumba del oficial egipcio Rekhmire que vivió durante el reinado del faraón Tuthmosis III (1490-1436 a.C.)

La Ruta de la Seda



Numerosas rutas de comercio en 1st siglo a.C.



Mercantilismo



El barco 'Mauritius' hizo el viaje al Este de las Indias en 1596-97.

Hendrik Cornelisz Vroom, ca 1615 - [Rijksmuseum, Amsterdam](http://rijksmuseum.nl)

Fuente: <http://homepage.mac.com/schuffelen/dunaval.html>


La Evolución de la Teoría del Comercio Internacional

La Teoría de la Ventaja Absoluta de
Adam Smith, 1776



La Teoría de la Ventaja Relativa de
David Ricardo, 1819

©2022 Autora Paloma Bernal Turnes
Algunos derechos reservados
Este documento se distribuye bajo la licencia
"Atribución-CompartirIgual 4.0 Internacional" de Creative Commons,
disponible en
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.es>



Ejemplo: Teniendo dos países con un único factor de producción (mano de obra) y dos productos (lana y miel)

Datos del ejemplo:

Nueva Zelanda:

- 1Kg de lana requiere 2 horas de mano de obra
- 1Kg de miel requiere 4 horas de mano de obra

Australia:

- 1Kg de lana requiere 10 horas de mano de obra
- 1Kg de miel requiere 6 horas de mano de obra

Calcule:

- 1) Ventaja Absoluta
- 2) Ventaja Comparativa y Coste de Oportunidad
- 3) Suponiendo que ambos países disponen de 100 horas de mano de obra, calcule la Frontera de Posibilidades de Producción. Hay equilibrio entre los dos países según Adam Smith?
- 4) Suponiendo que ambos países disponen de 100 horas de mano de obra, calcule cuánto produce cada país de cada producto en las siguientes situaciones:
 - 4.1) Sin reparto estratégico del recurso productivo (mano de obra) entre los dos productos, es decir que se reparte 50% y 50% entre miel y leche en ambos países, cuánto produce cada país de cada producto?
 - 4.2) Con el siguiente reparto de horas:

PAIS	LANA (Horas de trabajo)	Miel (Horas de trabajo)
Nueva Zelanda	60	40
Australia	20	80

Ventaja Absoluta

EJEMPLO.- VENTAJA ABSOLUTA

Nueva Zelanda:

- 1Kg de lana requiere 2 horas de mano de obra
- 1Kg de miel require 4 horas de mano de obra

Australia:

- 1Kg de lana requiere 10 horas de mano de obra
- 1Kg de miel require 6 horas de mano de obra

PAIS	LANA (Horas de trabajo por Kg)	Miel (Horas de trabajo por Kg)
Nueva Zelanda	2	4
Australia	10	6

**Qué pregunta
responde a la
ventaja absoluta?**



1. Ventaja Absoluta

EJEMPLO.- VENTAJA ABSOLUTA

Nueva Zelanda:

- 1Kg de lana requiere 2 horas de mano de obra
- 1Kg de miel require 4 horas de mano de obra

Australia:

- 1Kg de lana requiere 10 horas de mano de obra
- 1Kg de miel require 6 horas de mano de obra

PAIS	LANA (Horas de trabajo por Kg)	Miel (Horas de trabajo por Kg)
Nueva Zelanda	2	4
Australia	10	6

**Qué pregunta responde a la ventaja absoluta? = Qué país produce lana al menor coste?
Qué país produce miel al menor coste?**



1. Ventaja Absoluta

EJEMPLO.- VENTAJA ABSOLUTA

Nueva Zelanda:

- 1Kg de lana requiere 2 horas de mano de obra
- 1Kg de miel require 4 horas de mano de obra

Australia:

- 1Kg de lana requiere 10 horas de mano de obra
- 1Kg de miel require 6 horas de mano de obra

PAIS	LANA (Horas de trabajo por Kg)	Miel (Horas de trabajo por Kg)
Nueva Zelanda	2	4
Australia	10	6

Solucion:

Qué pregunta responde a la ventaja absoluta? = Qué país produce lana al menor coste? Nueva Zelanda
Qué país produce miel al menor coste? Nueva Zelanda

2. Ventaja Comparativa

EJEMPLO DE CALCULO DE LOS COSTES DE OPORTUNIDAD

Nueva Zelanda:

- 1Kg de lana requiere 2 horas de mano de obra
- 1Kg de miel require 4 horas de mano de obra

Australia:

- 1Kg de lana requiere 10 horas de mano de obra
- 1Kg de miel require 6 horas de mano de obra

Solución:

Costes de oportunidad:

Nueva Zelanda:

- El coste de oportunidad de 1Kg de lana = 2 horas / 4 horas = $\frac{1}{2}$ Kgs de miel
- El coste de oportunidad de 1Kg de miel = 4 horas / 2 horas = 2 Kgs de lana

Australia:

- El coste de oportunidad de 1Kg de lana = 10 horas / 6 horas = $1 \frac{2}{3}$ Kgs de miel
- El coste de oportunidad de 1Kg de miel = 6 horas / 10 horas = $\frac{3}{5}$ Kgs de lana

PAIS	Coste de Oportunidad de la LANA	Coste de Oportunidad de la Miel
Nueva Zelanda	$\frac{1}{2}$ Kgs de miel	2 Kgs de lana
Australia	$1 \frac{2}{3}$ Kgs de miel	$\frac{3}{5}$ Kgs de lana

**Qué pregunta
responde a la
ventaja
comparativa?**



2. Ventaja Comparativa

EJEMPLO DE CALCULO DE LOS COSTES DE OPORTUNIDAD

Nueva Zelanda:

- 1Kg de lana requiere 2 horas de mano de obra
- 1Kg de miel require 4 horas de mano de obra

Australia:

- 1Kg de lana requiere 10 horas de mano de obra
- 1Kg de miel require 6 horas de mano de obra

Solucion:

Costes de oportunidad:

Nueva Zelanda:

- El coste de oportunidad de 1Kg de lana = 2 horas / 4 horas = $\frac{1}{2}$ Kgs de miel
- El coste de oportunidad de 1Kg de miel = 4 horas / 2 horas = 2 Kgs de lana

Australia:

- El coste de oportunidad de 1Kg de lana = 10 horas / 6 horas = $1\frac{2}{3}$ Kgs de miel
- El coste de oportunidad de 1Kg de miel = 6 horas / 10 horas = $\frac{3}{5}$ Kgs de lana

PAIS	Coste de Oportunidad de la LANA	Coste de Oportunidad de la Miel
Nueva Zelanda	$\frac{1}{2}$ Kgs de miel	2 Kgs de lana
Australia	$1\frac{2}{3}$ Kgs de miel	$\frac{3}{5}$ Kgs de lana

Qué pregunta responde a la ventaja comparativa? =

Qué producto produce Australia al menor coste de oportunidad?

Qué producto produce Australia al menor coste de oportunidad?



2. Ventaja Comparativa

EJEMPLO DE CALCULO DE LOS COSTES DE OPORTUNIDAD

Nueva Zelanda:

- 1Kg de lana requiere 2 horas de mano de obra
- 1Kg de miel require 4 horas de mano de obra

Australia:

- 1Kg de lana requiere 10 horas de mano de obra
- 1Kg de miel require 6 horas de mano de obra

PAIS	Coste de Oportunidad de la LANA	Coste de Oportunidad de la Miel
Nueva Zelanda	$\frac{1}{2}$ Kgs de miel	2 Kgs de lana
Australia	$1 \frac{2}{3}$ Kgs de miel	$\frac{3}{5}$ Kgs de lana

Solución:

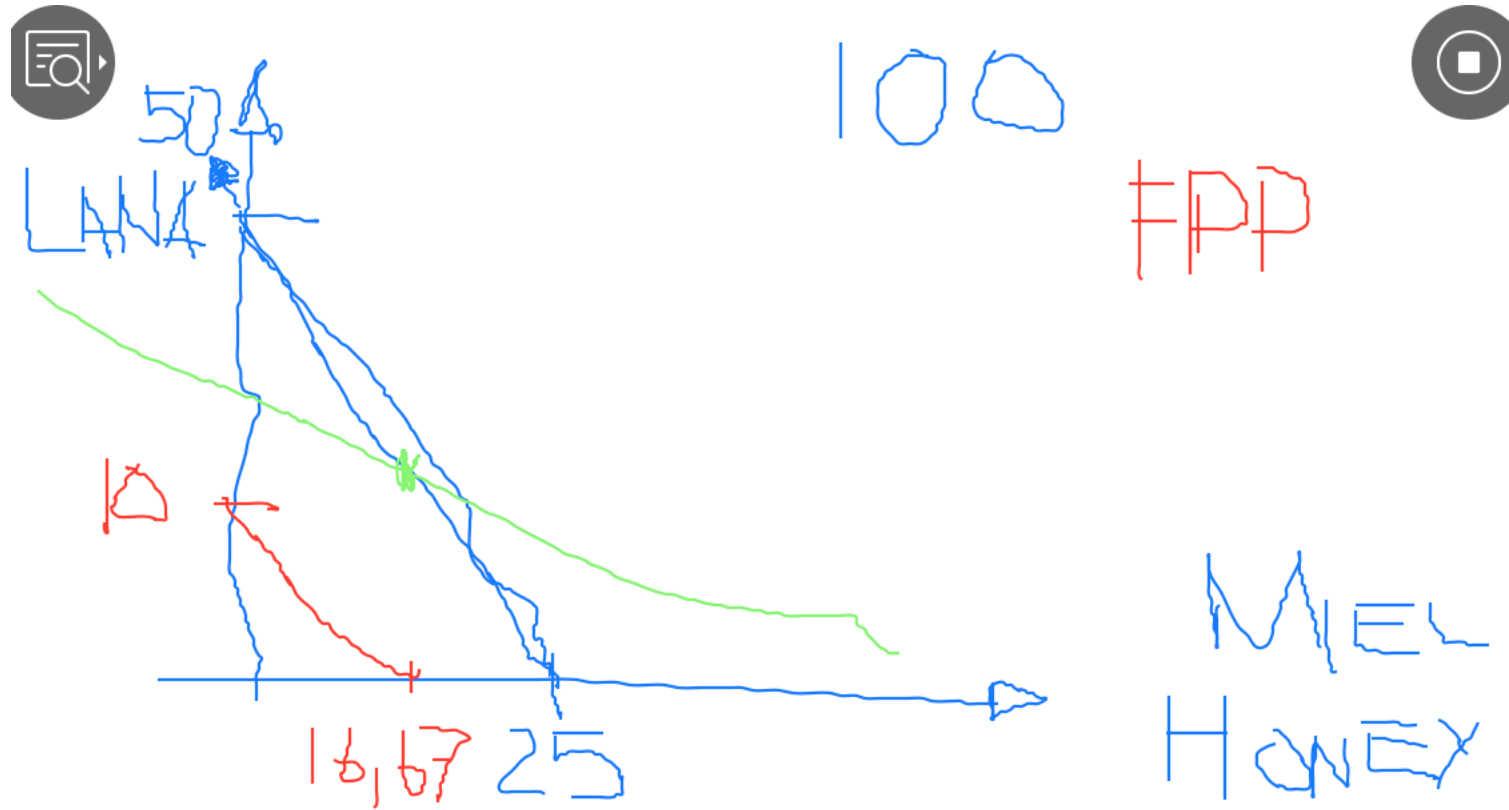
Qué pregunta responde a la ventaja comparativa? =

Qué producto produce Nueva Zelanda al menor coste de oportunidad? Lana

Qué producto produce Australia al menor coste de oportunidad? Miel



3. Frontera de Posibilidades de Producción (FPP)



**Pista Para la FPP
utilice los casos
extremos de
produccion**



3. Frontera de Posibilidades de Producción (FPP)

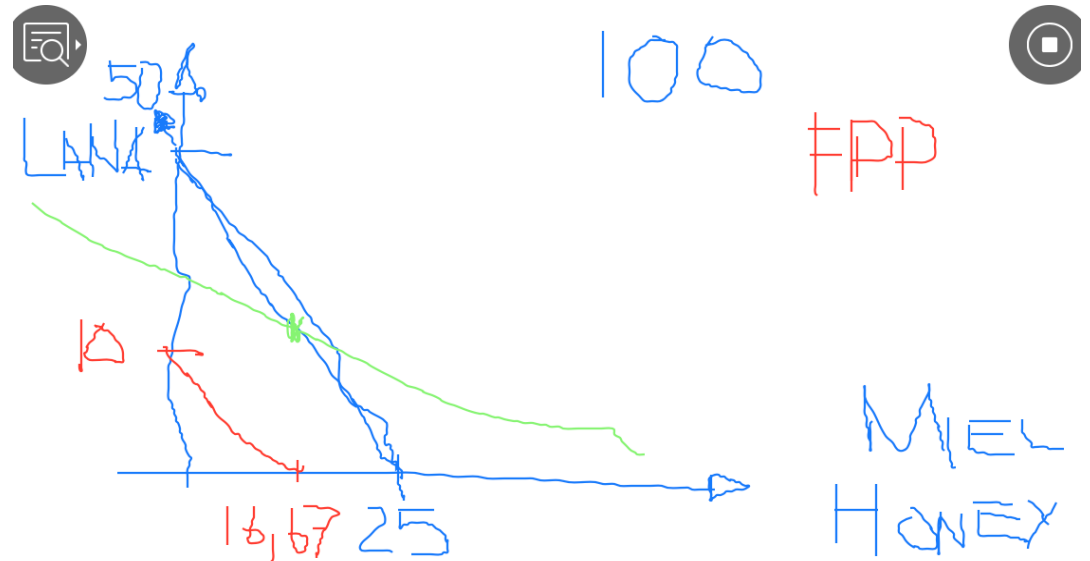
RECORDATORIO DE DATOS

Nueva Zelanda:

- 1Kg de lana requiere 2 horas de mano de obra
- 1Kg de miel requiere 4 horas de mano de obra

Australia:

- 1Kg de lana requiere 10 horas de mano de obra
- 1Kg de miel requiere 6 horas de mano de obra



CALCULO DE LOS CASOS EXTREMOS DE PRODUCCION

FPP de Nueva Zelanda (línea azul):

- Lana: $100 \text{ horas} / 2 \text{ horas de mano de obra} = 50$ (si produzco sólo lana)
- Miel: $100 \text{ horas} / 4 \text{ horas de mano de obra}$ (si produzco sólo miel)

FPP de Australia (línea roja) :

- Lana: $100 \text{ horas} / 10 \text{ horas de mano de obra}$ (si produzco sólo lana)
- Miel: $100 \text{ horas} / 6 \text{ horas de mano de obra}$ (si produzco sólo miel)

4. Suponiendo que ambos países disponen de 100 horas de mano de obra, calcule cuanto produce cada país de cada producto en las siguientes situaciones

4.1)

PAIS	LANA (Horas de trabajo)	Miel (Horas de trabajo)
Nueva Zelanda	50	50
Australia	50	50

4.2)

PAIS	LANA (Horas de trabajo)	Miel (Horas de trabajo)
Nueva Zelanda	60	40
Australia	20	80

Solucion:

	LANA	MIEL
Nueva Zelanda	25	12.5
Australia	5	8.33
Total Produccion (50%)	30	20.83

Calculo con reparto eficiente de recursos:

Nueva Zelanda	30	10
Australia	2	13.33
Total Produccion con gestion eficiente de recursos	32	23.33

**DAVID RICARDO
QUE EL
COMERCIO
BENEFICIA A
TODOS LOS
PAISES?**



4. Suponiendo que ambos países disponen de 100 horas de mano de obra, calcule cuanto produce cada país de cada producto en las siguientes situaciones

4.1)

PAIS	LANA (Horas de trabajo)	Miel (Horas de trabajo)
Nueva Zelanda	50	50
Australia	50	50

4.2)

PAIS	LANA (Horas de trabajo)	Miel (Horas de trabajo)
Nueva Zelanda	60	40
Australia	20	80

Solucion:

	LANA	MIEL
Nueva Zelanda	25	12.5
Australia	5	8.33
Total Produccion (50%)	30	20.83
<u>Calculo con reparto eficiente de recursos:</u>		
Nueva Zelanda	30	10
Australia	2	13.33
Total Produccion con gestion eficiente de recursos	32	23.33

Nueva Zelanda & Australia

Wool

50

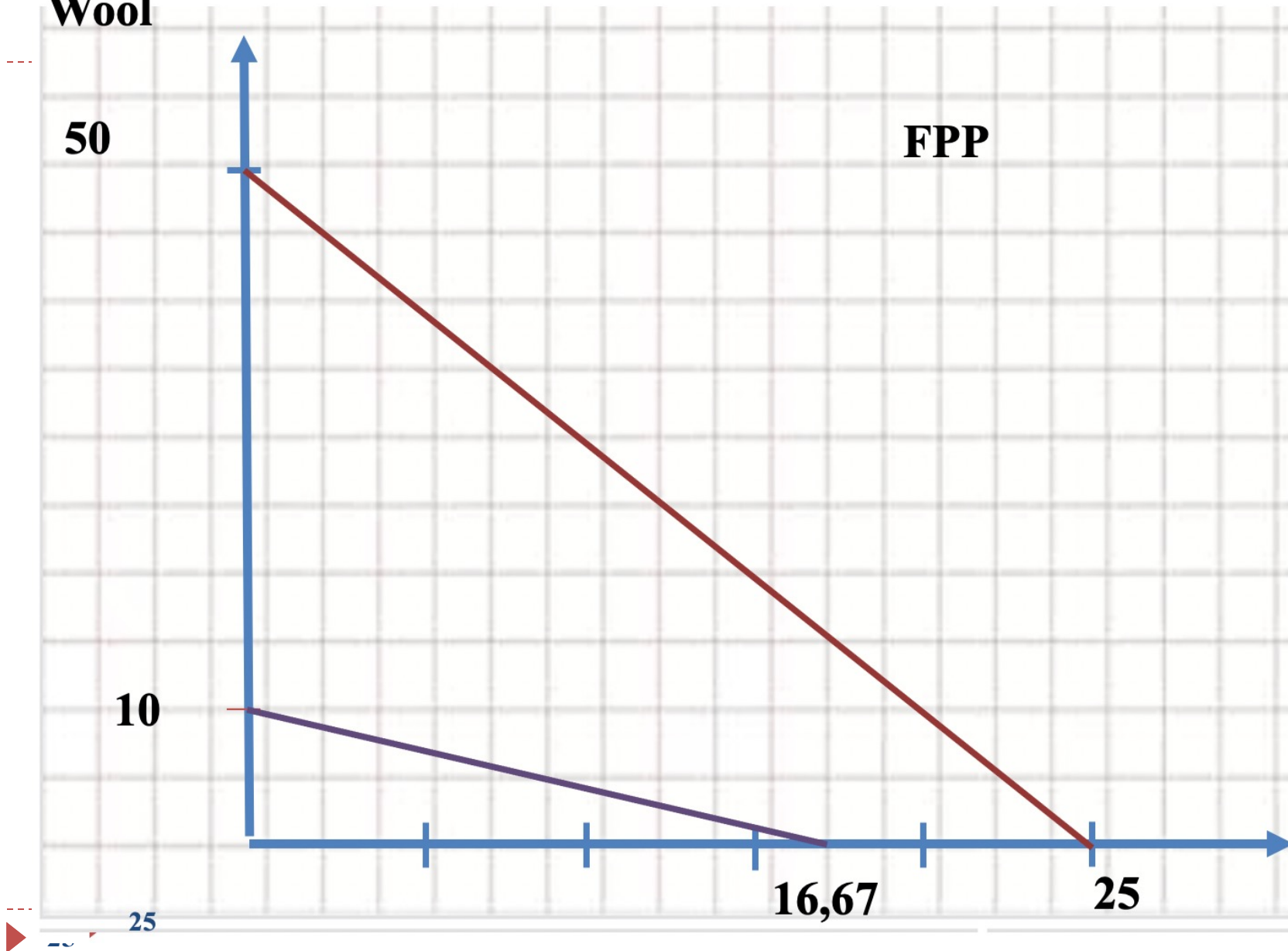
FPP

10

16,67

25

25



Nueva Zelanda & Australia

Wool

50

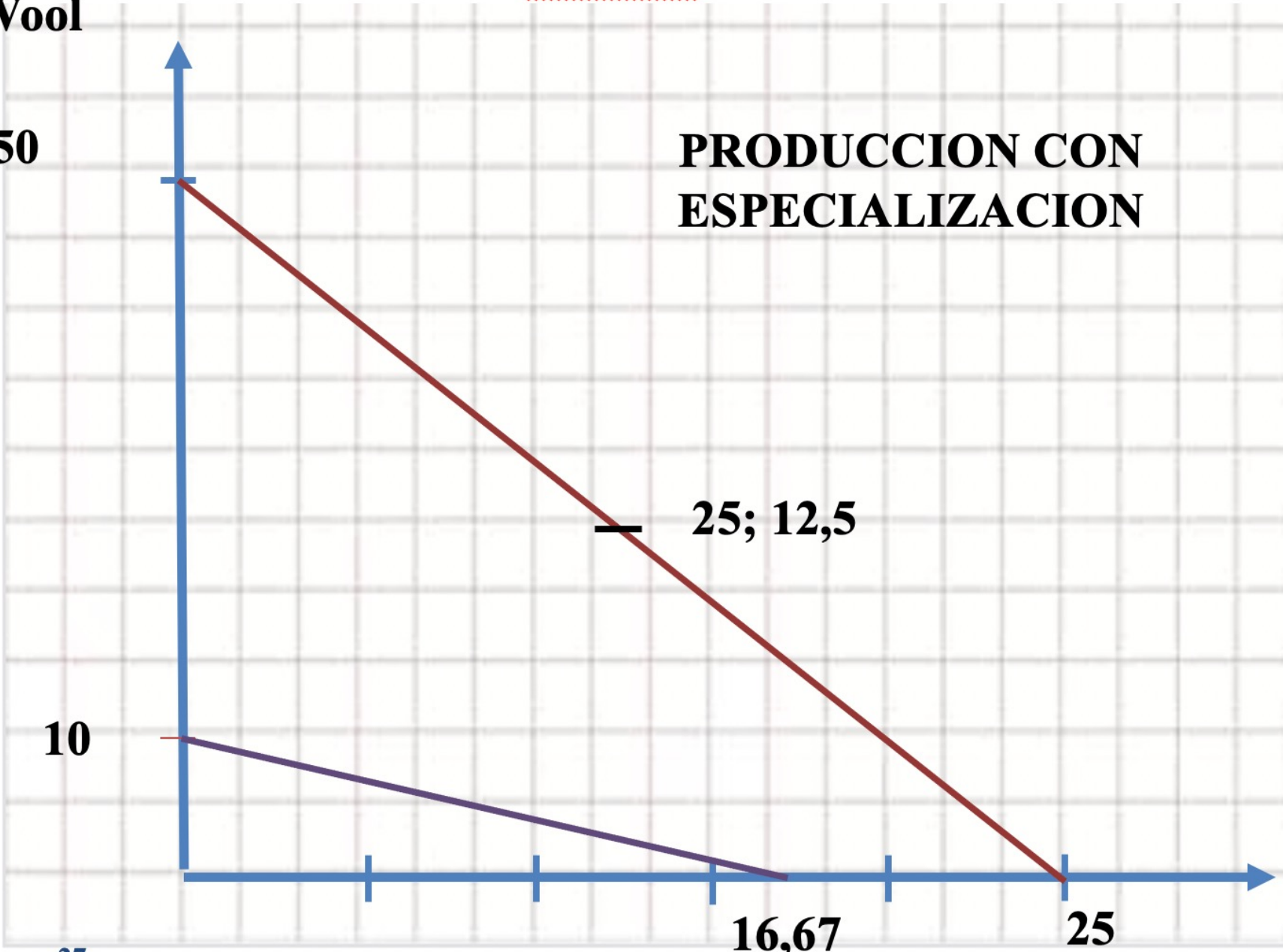
PRODUCCION CON ESPECIALIZACION

25; 12,5

10

16,67

25



Nueva Zelanda & Australia

Wool

50

PRODUCCION CON ESPECIALIZACION

25; 12,5

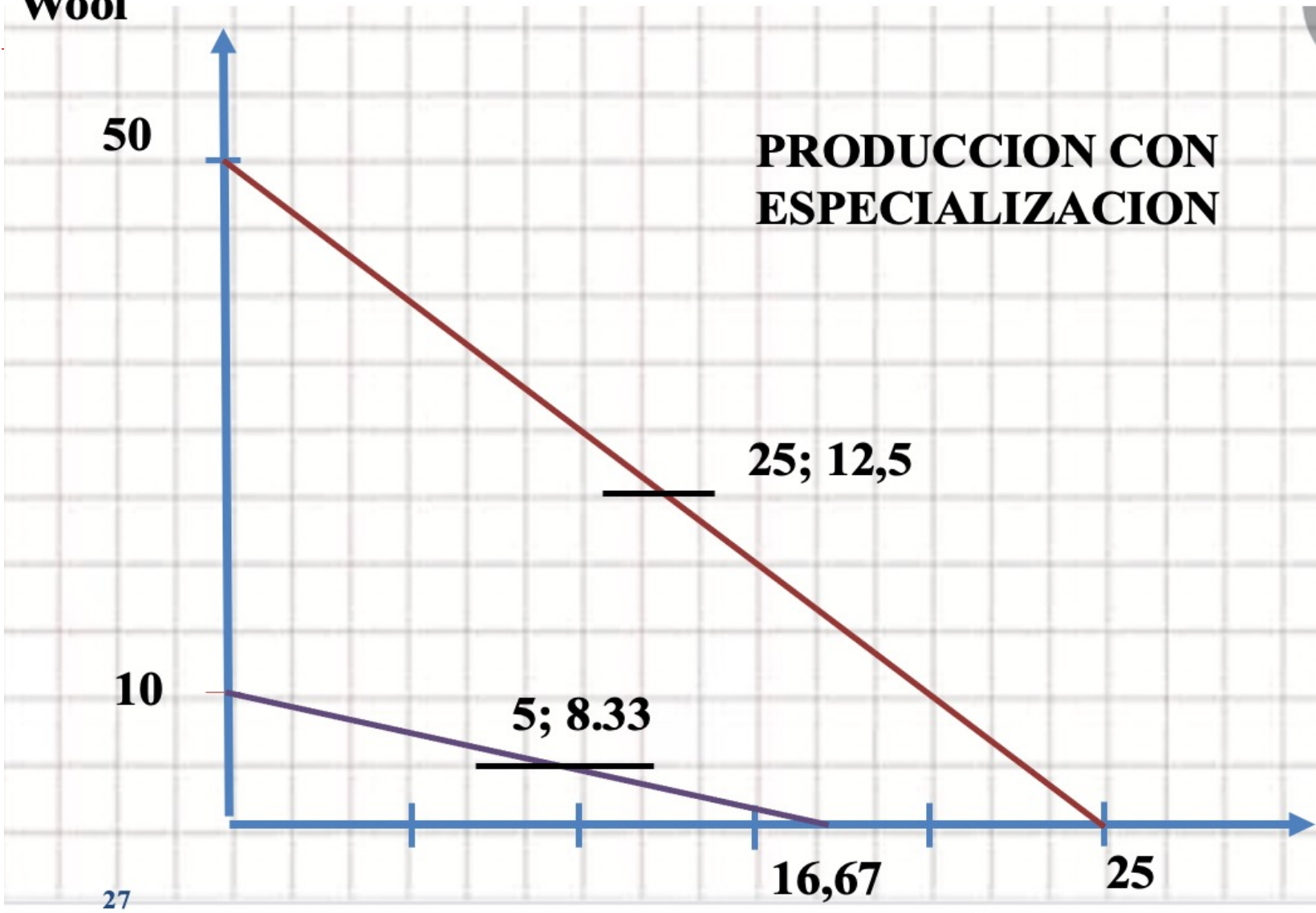
10

5; 8.33

16,67

25

27



Nueva Zelanda & Australia

Wool

50

PRODUCCION CON ESPECIALIZACION

30, 10

25; 12,5

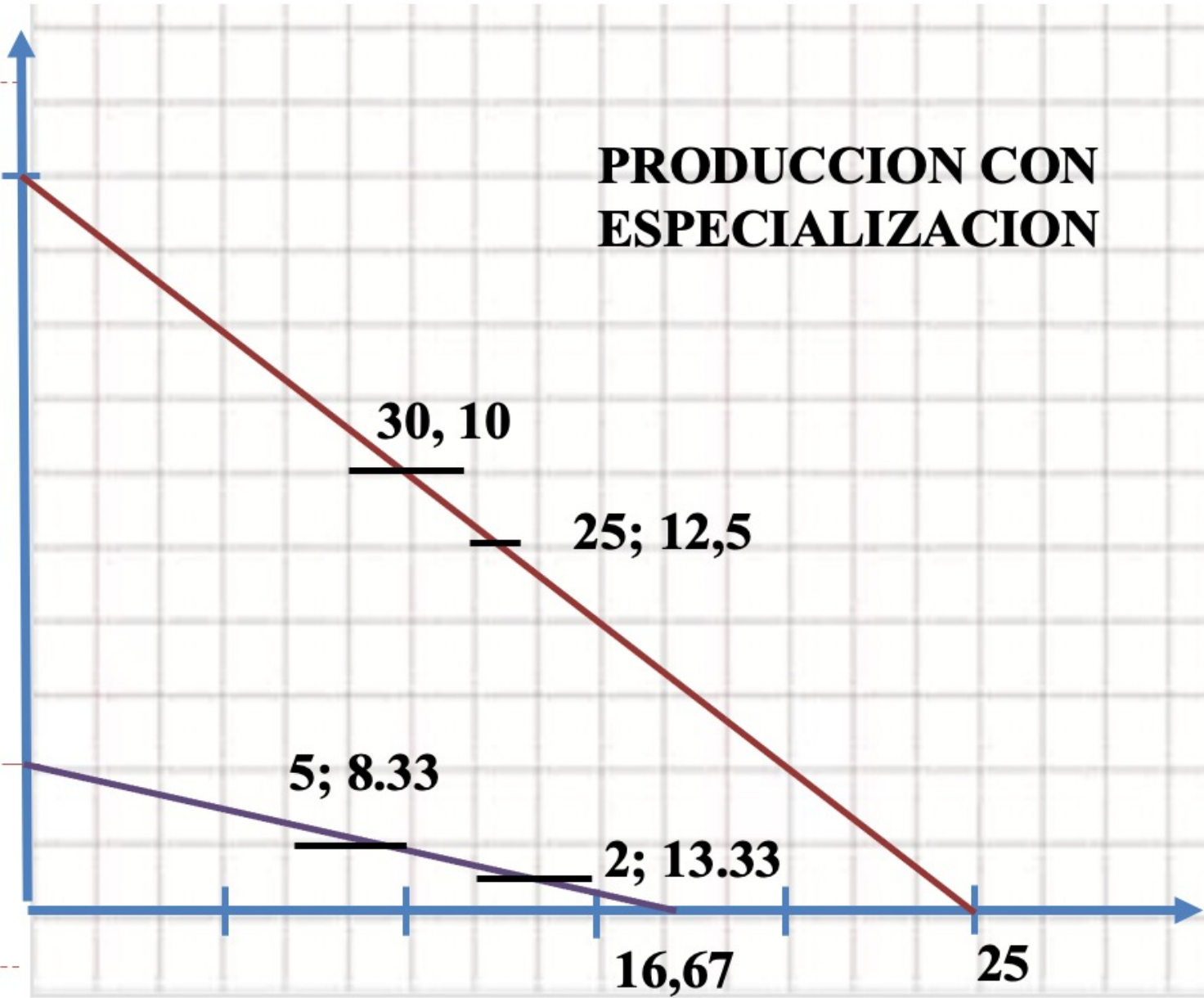
10

5; 8.33

2; 13.33

16,67

25



Nueva Zelanda & Australia

Wool

50

**PRODUCCION CON
ESPECIALIZACION
Y COMERCIO**

30, 10

29, 11

25; 12,5

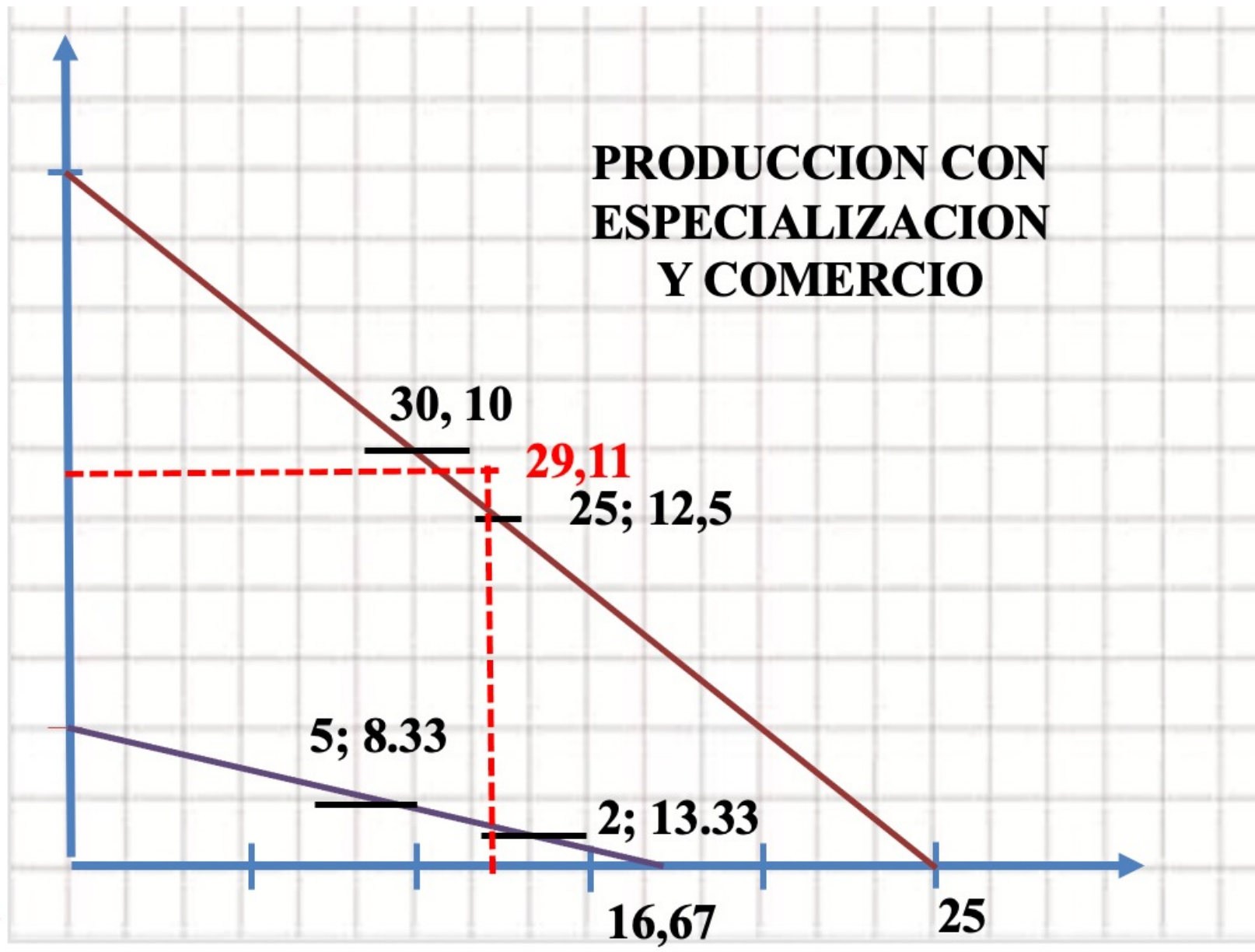
10

5; 8.33

2; 13.33

16,67

25



Nueva Zelanda & Australia

Wool

50

**PRODUCCION CON
ESPECIALIZACION
Y COMERCIO**

30, 10

29,11

25; 12,5

10

5; 8.33

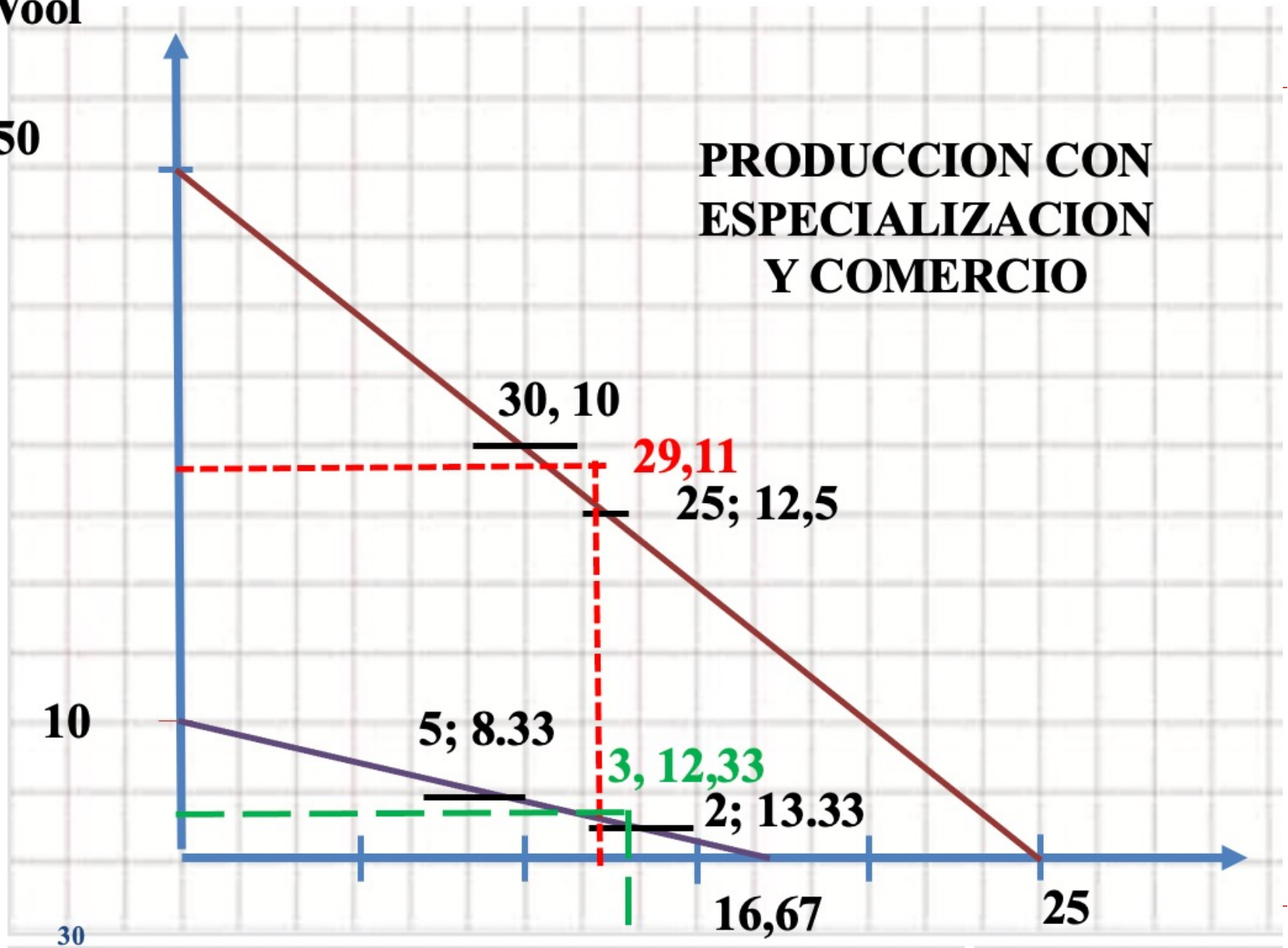
3, 12,33

2; 13.33

30

16,67

25



Nueva Zelanda & Australia

Wool

PRODUCCION CON ESPECIALIZACION Y COMERCIO

beneficia a ambos países si ambos producen en base a las ventajas competitivas!!!



Nueva Zelanda & Australia



**Espero que esta
presentacion sirva
para distinguir
ventaja absoluta y
ventaja
comparativa**



**ALGUNA DUDA
HASTA AHORA?**



**Uhhhh
muuuuuu!!!**





GRACIAS POR TU ATENCIÓN!!!!

Paloma Bernal Turnes

FIN DE LA PARTE 1 DEL TEMA 1



Universidad
Rey Juan Carlos



MARKETING GLOBAL E INTERNACIONAL Y COMERCIO EXTERIOR (SEMIPRESENCIAL)

Profesora: Paloma Bernal Turnes
paloma.bernal@urjc.es

©2022 Autora Paloma Bernal Turnes
Algunos derechos reservados
Este documento se distribuye bajo la licencia
"Atribución-CompartirIgual 4.0 Internacional" de Creative Commons,
disponible en
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.es>

Contenidos de la Asignatura:

- 1.- GLOBALIZACIÓN Y POR QUÉ LOS PAÍSES DEBERIAN COMERCIALIZAR INTERNACIONALMENTE
 - 2.- COMERCIO INTERNACIONAL DE BIENES
 - 3.- COMERCIO INTERNACIONAL DE SERVICIOS
 - 4.- FACILITACIÓN DE COMERCIO INTERNACIONAL:
Procedimientos de comercio, documentos y gestión de problemas
 - 5.- ESTRATEGIAS DE DIVERSIFICACIÓN E INTEGRACIÓN EN CADENAS GLOBALES DE SUMINISTRO
 - 6.- ESTRATEGIAS DE MARKETING INTERNACIONAL Y LOS AJUSTES CORPORATIVOS PARA ABORDAR LAS OPERACIONES DE MARKETING INTERNACIONAL
-





Universidad
Rey Juan Carlos



TEMA 1.- GLOBALIZACIÓN Y POR QUÉ LOS PAÍSES DEBERIAN COMERCIALIZAR INTERNACIONALMENTE

Profesora: Paloma Bernal Turnes
paloma.bernal@urjc.es



Universidad
Rey Juan Carlos



TEMA 1. PARTE 2.- GLOBALIZACIÓN Y POR QUÉ LOS
PAÍSES DEBERIAN COMERCIALIZAR
INTERNACIONALMENTE

Profesora: Paloma Bernal Turnes
paloma.bernal@urjc.es

1.4. COMERCIO INTRA-INDUSTRIA

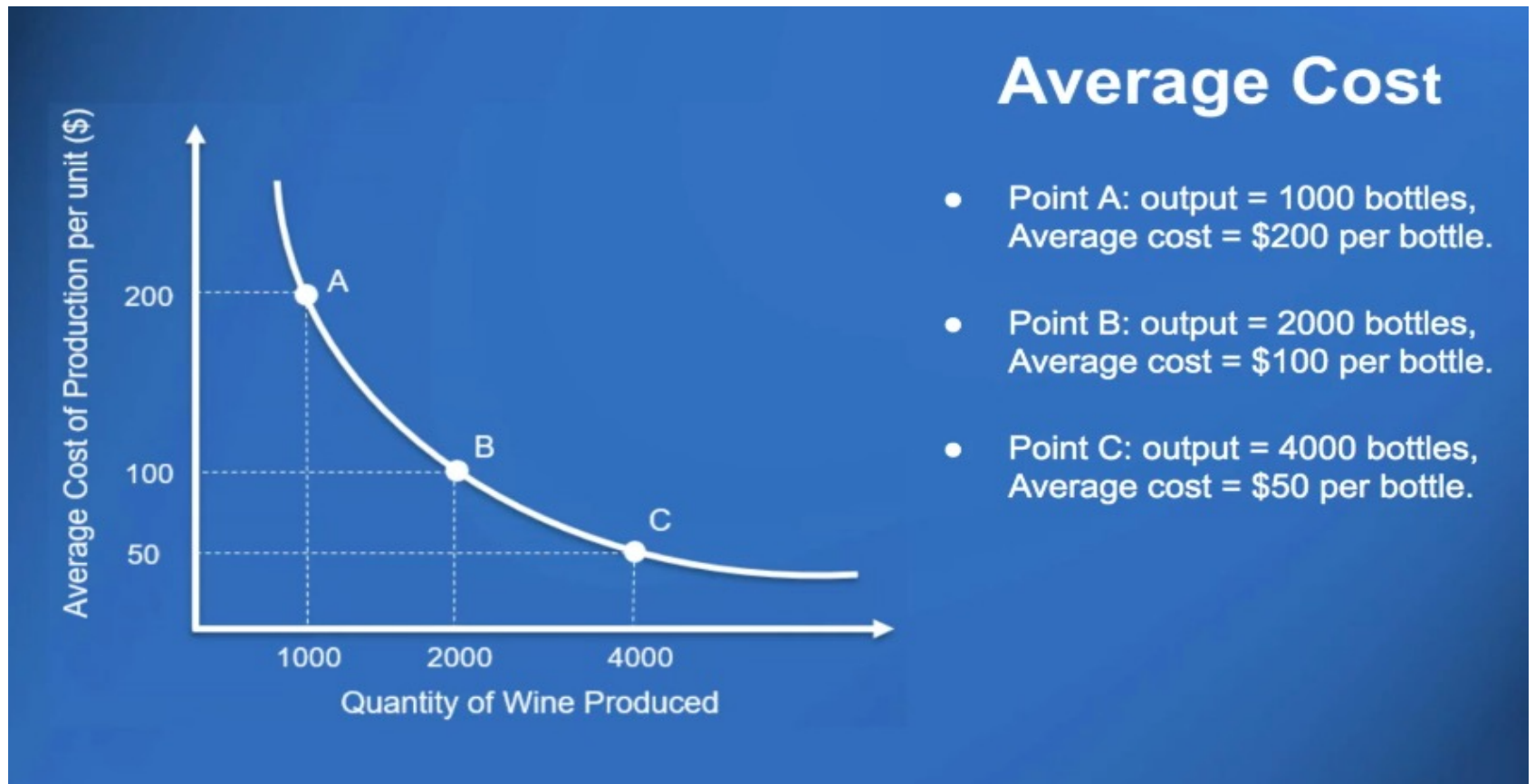
EJEMPLO

Asunciones:

- ▶ 2 tipos de vino
- ▶ La producción tiene costes fijos
- ▶ Un productor por país
- ▶ Idéntica demanda
- ▶ Idéntica capacidad



COMERCIO INTRA-INDUSTRIA



COMERCIO INTRA-INDUSTRIA

Example

Without trade:

- Australian and New Zealand producers must produce both red and white wine
- Total production for each country = 2000 bottles
- Cost per bottle = \$100

With trade:

- Optimally, Australia will produce one type of wine and New Zealand will produce the other
- Total production for each country = 4000 bottles
- Cost per bottle = \$50



BIBLIOGRAFIA

ABC News (2019). International demand for Australia's fine wine continues to grow. Retrieved from <https://www.abc.net.au/news/rural/2019-01-22/aussie-wine-exports-grow-by-10-per-cent/10737050>

New Zealand Wine (2019). Retrieved from <https://www.nzwine.com/media/13290/nzwine-kpis-may-2019.jpg>

Lifewire (2019). Retrieved from <https://www.lifewire.com/where-is-the-iphone-made-1999503>



1.5. LIBERALIZACION DEL COMERCIO

- ▶ La liberalización del comercio es el proceso de reducir las barreras al flujo de mercancías y servicios para que crucen las fronteras de forma más libre.
- ▶ La organización internacional encargada de reducir las tareas entre otras organizaciones es la Organización Mundial del Comercio (OMC)



1.5. LIBERALIZACION DEL COMERCIO

QUE TIPOS DE BARRERAS AL
COMERCIO CONOCES?



1.5. LIBERALIZACION DEL COMERCIO

CUALES SON LAS VENTAJAS DEL COMERCIO?

1.5. LIBERALIZACION DEL COMERCIO

Beneficios de la liberalización del comercio

- ▶ Más opciones para los consumidores

Acceso a los bienes y servicios que podría no ser producidos en el mercado interno o que podrían ser producidos en ese mercado nacional pero a mayor coste

- ▶ Incremento de la competencia en los mercados
una mayor competitividad en los mercados tiende a disminuir los precios y aumentar la calidad de los productos y servicios ofertados a los consumidores

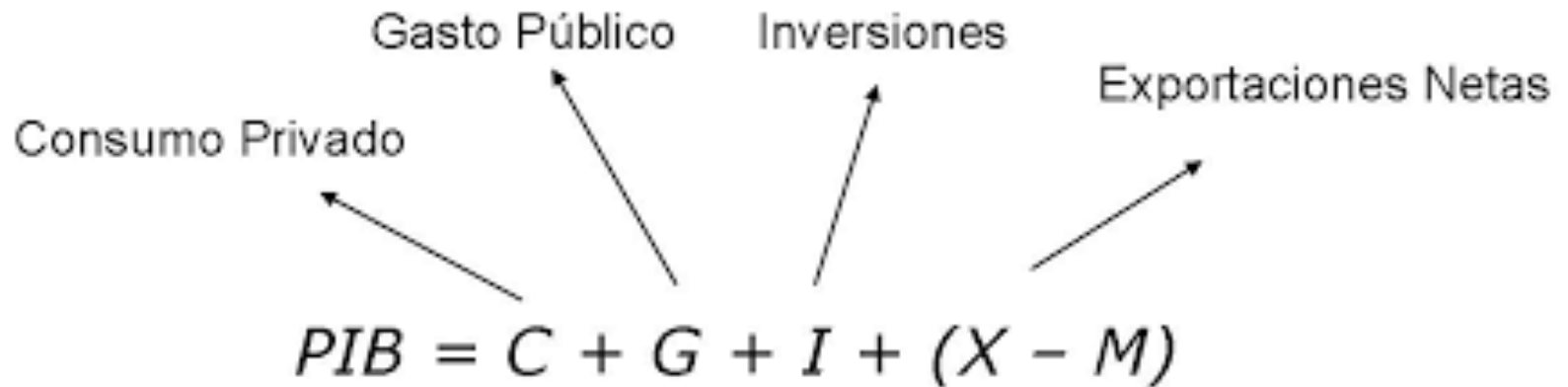
- ▶ División del trabajo

Cuando se liberaliza el comercio los productores experimentan economías de escala que les permite a los trabajadores adquirir mayor nivel de especialización y de

▶ habilidades



COMERCIO Y CRECIMIENTO



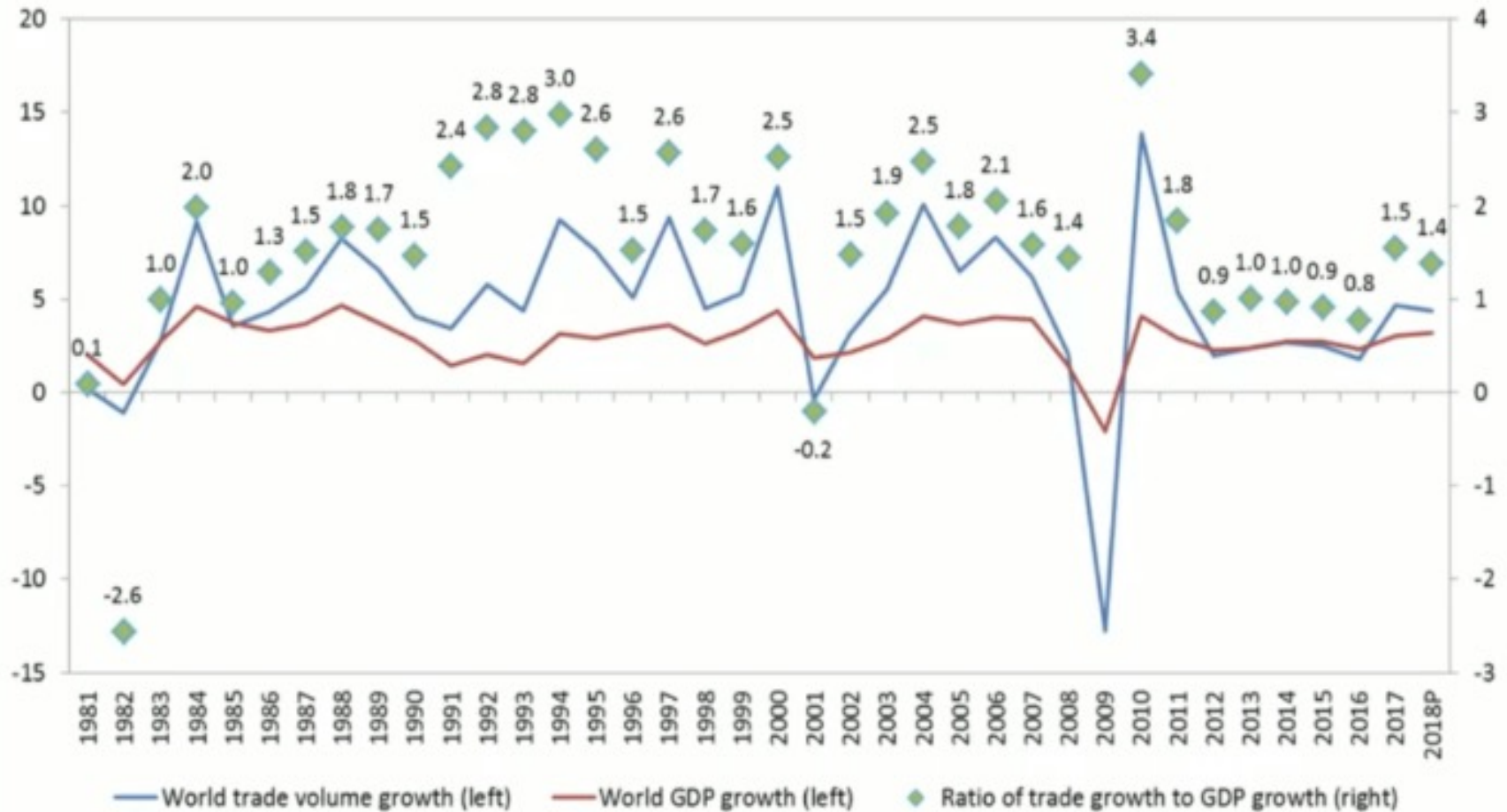
1.5. LIBERALIZACION DEL COMERCIO

QUE CRECE MAS EL COMERCIO O EL
PIB?



COMERCIO Y CRECIMIENTO

% change and ratio



1.5. LIBERALIZACION DEL COMERCIO

EL COMERCIO BENEFICIA A LOS PAISES
EN DESARROLLO?



COMERCIO Y CRECIMIENTO

- ▶ **Beneficios para los países en desarrollo**
 - ▶ Permite mejor acceso a la tecnología el capital y la mano de obra cualificada
 - ▶ Aumenta los niveles de vida y per cápita aumenta los niveles de vida y reduce la pobreza



1.5. LIBERALIZACION DEL COMERCIO

CUALES SON LAS DESVENTAJAS DEL COMERCIO?



DESVENTAJAS DEL COMERCIO

▶ Reducción del empleo y salarios

Trabajadores en las industrias con desventajas comparativas podrían experimentar reducción de salarios y de empleo

▶ Reducción de la competitividad

Con economías de escala las empresas extranjeras podrían dominar el mercado doméstico resultando una limitación de las opciones de elección de los consumidores en el mercado y mayores precios

▶ La trampa del desarrollo

Los países en desarrollo podrían estar atrapados en en crecer en base a industrias que no son innovadoras y que son contaminantes debido a la falta de ventajas comparativas en industrias innovadoras y verdes



1.5. LIBERALIZACION DEL COMERCIO

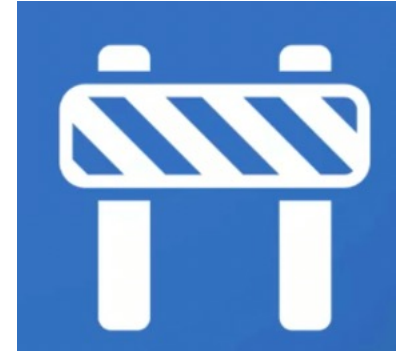
PORQUE SE PONEN BARRERAS AL
COMERCIO?



BARRERAS AL COMERCIO

▶ **Principales barreras al comercio**

- ▶ Aranceles
- ▶ Cuotas



▶ **Razones para poner barreras al comercio**

- ▶ Protección de industrias sensibles o incipientes en el mercado doméstico
- ▶ Protección contra el dumping
- ▶ Protección social y medioambiental



1.6. El comercio mejora la distribución de los ingresos

POR QUE?



1.7. LA GLOBALIZACION

Ademas de la globalizacion del comercio:

- ▶ 1. el ascenso de las corporaciones multinacionales y sus cadenas de suministro globales;
- ▶ 2. el movimiento de trabajo y capital humano
- ▶ 3. la integración de los mercados financieros a través de inversiones internacionales o flujos de capital
- ▶ 4. el intercambio de ideas a través de flujos de información
- ▶ 5. el surgimiento de agencias multinacionales como las Naciones Unidas y la Corte Internacional de Justicia.

1.7. LA GLOBALIZACION

5) Organizaciones Internacionales

CUALES CONOCEIS?



1.8. LA DEGLOBALIZACION

**POR QUÉ CREEIS QUE OCURRE
LA DEGLOBALIZACIÓN?**



**ALGUNA DUDA
HASTA AHORA?**



**Uhhhh
muuuuuu!!!**





**MARKETING GLOBAL E INTERNACIONAL Y COMERCIO EXTERIOR
(SEMIPRESENCIAL)
GRANDO DE MARKETING 2020/2021**

Profesora: Paloma Bernal Turnes
paloma.bernal@urjc.es

©2022 Autora Paloma Bernal Turnes
Algunos derechos reservados
Este documento se distribuye bajo la licencia
"Atribución-CompartirIgual 4.0 Internacional" de Creative Commons,
disponible en
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.es>