



BIBLIOTECA

"Dr. NECTARIO ANDRADE LABARCA"

Índice general

Índice de cuadros y gráficos	XVII
Prólogo	5
Nota preliminar del autor	9

PRIMERA PARTE

Panorama global de los mercados mundiales

1. Los condicionantes del comercio internacional	15
1.1. Generalidades: del determinismo geográfico a la estructura económica	15
1.2. La población mundial: factores demográficos y sus implicaciones para determinar la poten- cialidad compradora de los mercados. Pobra- ción por países. Las áreas más pobladas del mundo	16
1.3. La renta mundial: El P.N.B. de los distintos países	24
1.4. La distribución de la renta mundial: La capa- cidad adquisitiva según la renta per cápita	28
1.5. La propensión a importar	33

2. La división internacional del trabajo	35
2.1. El comercio internacional y la situación de los diferentes países: Evolución histórica de las teorías y la práctica del comercio internacional. Situación actual	35
2.2. Las tendencias recientes del comercio internacional: La crisis económica y las manifestaciones de neoproteccionismo y restriccionismo	39
2.3. La polarización del comercio y los productos sintéticos: La exportación de productos industriales y la importancia de las exportaciones no industriales para los países en desarrollo	43
2.4. Balanzas de pagos y balanzas comerciales:	
A. Las cuentas exteriores de los países	43
B. La balanza de pagos: Esquema y desglose	48
C. Balanza comercial: Situaciones posibles y panorama por países	50
D. Balanzas de pagos y capacidades importadoras	52
3. Los mercados y la cooperación económica internacional	55
3.1. La cooperación económica internacional desde fines de la segunda guerra mundial: Los aspectos comerciales y financieros. Los acuerdos internacionales. Las preferencias arancelarias generalizadas. La ayuda y los préstamos. La cooperación regional. Las implicaciones de la cooperación en cuanto a la elección de los mercados de exportación. Las organizaciones existentes	55
3.2. Las Naciones Unidas y los organismos de su	



órbita: Las Naciones Unidas. Sus cuatro Comisiones económicas regionales. Sus cinco programas y organizaciones propias (PNUD, UNICEF, UNITAR, UNCTAD y ONUDI) y los 15 grandes organismos internacionales especializados (FAO, UNESCO, OIT, UPU, FMI, BIRF, CFI, GATT, etc.)	58
3.3. La cooperación económica de carácter regional	70
A. Los esquemas teóricos de la cooperación regional	70
B. Las Agrupaciones Regionales: Europa (CEE, EFTA, COMECON, Benelux), América (ALADI, MCCA, CARICOM, Grupo Andino), Africa (UDEAC, CEAO, CEDEAO, R. Mano, UMOA, ZEP), otras zonas: Asia Sudoriental (CRD, MCA, Bangkok, Golfo)	71
C. Las Comunidades Europeas	77
3.4. Otras organizaciones de cooperación económica internacional: Conferencias periódicas y organizaciones (OCDE, OEA, Plan Colombo, Commonwealth, CCI, CCA, UPTA, OPEP, UFI, BIPM, BRI, SELA, IATA, ICHCA, BID, BASD, BafD	83
4. El sistema monetario internacional	89
4.1. Los tipos de cambio y el poder adquisitivo de las monedas: Devaluaciones y revaluaciones. La convertibilidad. Los cambios múltiples	89
4.2. Las necesidades de financiación de los intercambios internacionales. Los medios de pago internacionalmente aceptados: El precio del oro, las monedas de reserva, la liquidez internacional, los derechos especiales de giro. Las reservas de oro y divisas y el endeudamiento exterior como condicionantes de un mercado	94

SEGUNDA PARTE

La aproximación al mercado internacional

5. La determinación de los mercados	103
5.1. Generalidades: Los planteamientos preliminares a la decisión de exportar. Las motivaciones	103
5.2. La selección del producto a exportar. Las exportaciones nacionales de productos exportables por la empresa. La evolución de la demanda mundial de los mismos. La utilización de estadísticas internacionales	105
5.3. La selección de los mercados para la exportación: La aproximación estadística al problema. Los mercados para las exportaciones nacionales del producto. Los mercados mundiales más dinámicos y la concurrencia de otros países sobre los mercados de exportación	111
5.4. Los criterios cualitativos determinantes de la elección de los mercados para la exportación: Los condicionantes económicos, accesibilidad al mercado, facilidades para moverse en él, la confección de fichas-exprés por países. Los mercados fáciles y los difíciles	119
5.5. El estudio de mercado para un producto exportable: Los puntos más relevantes	123
5.6. La determinación de mercados de exportación a través de ferias y exposiciones y del concurso de organismos públicos y privados de promoción de exportaciones: La asistencia a ferias para estudios de mercados (el presupuesto de asistencia)	124
5.7. La determinación de los mercados de exportación	

tación mediante el viaje de negocios: La participación en misiones comerciales y en viajes colectivos y la preparación e un viaje individual al extranjero (recomendaciones, precauciones y rentabilidad)	127
6. La creación de demanda en los mercados exteriores	133
6.1. La participación en misiones comerciales directas e indirectas y en ferias y exposiciones: Aspectos promocionales	133
A. Las misiones comerciales directas, indirectas, horizontales y verticales	133
B. La participación en ferias nacionales y extranjeras. Las ferias generales y los salones especializados	134
6.2. La publicidad en el exterior: Las diferencias con las campañas en el interior. El presupuesto publicitario. Exigencias, medios publicitarios tradicionales y nuevos	137
6.3. Otras actividades promocionales: Las primas, los obsequios, las acciones, los vales, el envase de doble uso	140
7. Las formas de penetrar en el mercado internacional .	143
7.1. Las ventas a clientes extranjeros: La dificultad de la venta al exterior en relación a la venta nacional. Los factores a considerar para elegir el canal adecuado para vender al exterior .	143
7.2. Los canales para introducirse en los mercados extranjeros: Las alternativas posibles: desde la venta a agentes de compra operando en el país hasta la implantación en el extranjero, pasando por la venta directa, la designación	

	de agentes o representantes y la asociación a empresas extranjeras	145
7.3.	La comercialización en el exterior: La búsqueda de intermediarios en el extranjero, cómo contactarlos. Los contratos de agencia y de representación. El respeto a la legislación extranjera, la guía para la formulación de contratos de la CCI. Repaso a un contrato-tipo .	150
7.4.	La implantación en el extranjero: La sucursal de ventas, las empresas de montaje, la cesión de patentes y marcas, la constitución de empresas en el exterior o la asociación a empresas extranjeras	161
7.5.	Los servicios postventa: La necesidad de garantizarlos	164

TERCERA PARTE

La venta en los mercados internacionales

8.	Las ofertas de productos	169
8.1.	La correspondencia internacional: El problema de las lenguas. El uso de abreviaturas. Particularidades	169
8.2.	Diseño, envase y adecuación de los productos exportables	172
	A. Problemas comunes: Normas técnicas y sanitarias	173
	B. Diseño: Sus exigencias cara a la fabricación y a la exportación	173
	C. Envasado para la comercialización: Respeto a los requerimientos legales y climáticos	174
	D. Adecuación complementaria del produc-	

	to: Evitar las exportaciones prematuras, series suficientes, sistemas de pesos y medidas diferentes	175
	E. Exigencias de calidad	176
8.3.	El cálculo del precio de exportación: La fijación de precio por el empleo de la hoja de costes	176
8.4.	Los contratos internacionales y los tipos de cotización más corrientes: Los INCOTERMS y las Definiciones norteamericanas	181
	A. La cláusula «en fábrica»	182
	B. Las cláusulas F.O.T., F.O.R., F.A.S. y F.O.B	183
	C. Las cláusulas C & F. y C.I.F.	184
	D. Las cláusulas «sobre muelle» y «entrega libre»	185
	E. El empleo de las cláusulas: El esquema gráfico de sus implicaciones	185
	F. Las equivalencias lingüísticas de las cláusulas INCOTERMS y las de éstas con las definiciones norteamericanas	190
	G. La elección de la cláusula apropiada	190
	H. Obligaciones de las partes según las cláusulas F.O.B., C.I.F., F.O.T. y F.O.R.	192
	I. Los INCOTERMS para el transporte multimodal. Las cláusulas «franco transportista» y «flete/porte pagado hasta»	200
	J. El pago de los gastos documentarios	201
8.5.	Interpretación de Contratos y Arbitraje Internacional: Jurisdicción ordinaria y arbitral. El arbitraje de la CCI	201
9.	Embalaje y transporte de las mercancías	205
9.1.	El embalaje y marcado para el transporte	205

A.	El embalaje: Exigencias, materiales, empleados y problemas para ciertas mercancías	205
B.	Las marcas de los embalajes de exportación: Las principales y las auxiliares. Su uso. Las equivalencias lingüísticas y gráficas	207
9.2.	Plataformas de carga, paletas, vehículos cargados, contenedores y gabarras: La unificación de cargas cara al transporte	217
A.	Plataformas de carga	217
B.	Paletas: tipos y empleo	218
C.	El transporte de vehículos cargados	220
D.	Los contenedores	221
E.	Las gabarras	223
9.3.	Los tipos de transporte disponibles y la elección del más adecuado: Los distintos factores a ponderar	223
9.4.	El transporte marítimo. Las conferencias y los fletes	226
A.	Las reglas de La Haya	227
I)	Los buques de conferencia	228
II)	Las compañías independientes	229
III)	Los buques-tramp	229
B.	El cálculo de las tarifas de flete	230
C.	El coste del flete	231
D.	El fletamento de buques completos	232
E.	Las manipulaciones portuarias complementarias	232
9.5.	Los transportes terrestres. Los sistemas T.I.R. y T.I.F.	233
A.	El transporte por ferrocarril: Tráfico fraccionado e internacional, carnet T.I.F., Convención de Berna, cláusulas contractuales usadas, responsabilidades. Los envíos por vagones completos	233



B.	Transporte por carretera: El carnet T.I.R., La Convención de Ginebra, flexibilidad y responsabilidades	234
9.6.	El transporte aéreo: Su desarrollo reciente, papel de la I.A.T.A., carestía y rentabilidad. Abaratamientos de costes que permite. Ventajas y responsabilidades	236
9.7.	Otros tipos de transporte: Los fluviales, vía postal, vagones cargados, oleoductos y gaseoductos, cadenas y cintas transportadoras	239
9.8.	El transporte multimodal	240
10.	Seguro, cobro y financiación de exportaciones	243
10.1.	El seguro en la exportación	243
A.	La responsabilidad parcial del transportista: Las pólizas individuales y flotantes. Los factores del precio del seguro, los riesgos especiales que presentan algunas mercancías	243
B.	El seguro marítimo: Los tipos de cobertura (T.L.V.O., T.L.O., F.P.A., W.A. y A.R.). condiciones F.P.A.	245
C.	El seguro de transporte terrestre	246
D.	El seguro de transporte aéreo	251
E.	Otros seguros sobre la mercancía	251
F.	Los seguros económicos	251
10.2.	Formas de pago de las exportaciones. Acuerdos de compensación (clearings), de triangulación (switches) y comercio con convertibilidad monetaria. La garantía del respeto al contrato y al cobro	251
A.	El pago actual, aplazado y adelantado	252
B.	El crédito documentario: Su instrumen-	

	tación. La carta de crédito. Los Usos y Reglas Uniformes relativos a los créditos documentarios	255
C.	Las remesas de documentos comerciales: Remesas simples y remesas documentarias. Instrumentación. Las Reglas Uniformes para el cobro de documentos comerciales	273
D.	Otros sistemas de liquidación: Cargos en cuenta, reembolsos, transferencias y factoring	279
10.3.	El pago aplazado de las exportaciones y la intervención estatal en los campos del seguro y la financiación de las exportaciones	281
A.	Los créditos a la exportación y los riesgos derivados: La competencia financiera. Ayuda al desarrollo	281
B.	El alineamiento internacional respecto al crédito a la exportación y a los riesgos de cobro	284
C.	Las precauciones ante las modificaciones de los tipos de cambio: El mercado de divisas a plazo	285
10.4	Alternativas no monetarias de cobro internacional: Trueque, compensación, contracompra, etc.	287
11.	Las formalidades administrativas y documentarias en las compraventas internacionales	291
11.1.	Las formalidades en las compraventas internacionales	291
A.	El desarrollo de una compraventa internacional y sus formalidades	291
B.	La documentación precisa	294
C.	El pago de los gastos documentarios	297

D.	La uniformización de la documentación	297
E.	Documentos más usuales en las compras-ventas internacionales	297
11.2.	Documentación requerida en el país de origen de las mercancías	297
A.	Documentación comercial: Factura proforma, factura provisional, factura comercial, lista de embalaje	299
B.	Documentación administrativa: Licencia de exportación, declaración de exportación, certificado sanitario o de control, declaración de divisas	300
C.	Otros documentos: Certificado de calidad y peso del producto, documentos bancarios, solicitud de Póliza de Seguros	303
11.3.	Documentación para el transporte de mercancías	303
A.	Documentación de seguro: Certificado de seguro, póliza de seguro individual	304
B.	Documentación para el transporte marítimo: Recibo de a bordo, póliza de fletamento, Conocimiento de embarque, otros documentos	304
C.	Documentación en el transporte terrestre: La carta de porte, el talón de ferrocarril	306
D.	Documentación en el transporte aéreo: La carta de porte	306
E.	Otros documentos en el transporte: Aviso de expedición, certificado de depósito y formularios de correos	306
11.4.	Documentación requerida en el país de destino de las mercancías	307
A.	Documentación emitida en el país de origen de las mercancías: Certificado de	

	origen, documentos consulares, documentos enviados por el exportador . . .	307
B.	Documentación obtenida en el país de destino de las mercancías: Licencia de importación, certificado de depósito previo a la importación, certificados sanitarios, fitopatológicos, etc., declaración de aduanas, nota de aviso, documentos bancarios, documentos para operaciones especiales de importación	319
11.5.	Otros documentos usados en el comercio internacional: Los carnets A.T.A., T.I.R. y T.I.F.	322
11.6.	Documentos para el tránsito intraeuropeo	326

CUARTA PARTE

Frenos y aceleradores al comercio internacional

12.	Los obstáculos al comercio internacional	331
12.1.	La definición de la política de importación	331
A.	La política monetaria exterior: El tipo de cambio único y los cambios múltiples, el control de cambios	331
B.	La política comercial exterior: Las prohibiciones de importación, los contingentes bilaterales y globales y los aranceles de aduanas. El grado de proteccionismo y los acuerdos comerciales y preferenciales	334
12.2.	Aranceles aduaneros, clasificación y valoración de las mercancías: Derechos específicos y <i>advalorem</i> , aranceles de una o varias	

columnas, los regímenes preferenciales, los sistemas de clasificación arancelaria de las mercancías: nomenclatura de Bruselas, C.U.C.I. y E.T.N.V.T. La valoración aduanera de las mercancías	337
12.3. Otros impuestos y tasas a la importación: De carácter fiscal, consulares, antidumping, compensatorios, protecciones sectoriales, sobre artículos de lujo, portuarios, prélèvements	346
12.4. Otros obstáculos no arancelarios al comercio: Prohibiciones y restricciones, controles sanitarios, consulares, etc., derechos diferenciales de bandera	347
13. El sector público y el fomento de las exportaciones	351
13.1. La política de exportación	351
A. La política monetaria exterior	351
B. La política comercial exterior: prohibiciones a exportar aranceles de exportación y acuerdos comerciales diversos	352
13.2. El fomento de las exportaciones por la acción del sector público	353
A. Los organismos públicos de promoción de exportaciones: Su estructura y funciones. Experiencias de España y países latinoamericanos. Los organismos mixtos público-privados de promoción. La manera de aprovechar sus servicios	353
B. Los estímulos a la exportación: Los de carácter fiscal, los créditos preferentes a la exportación, los sistemas de seguro y garantías, las importaciones de insumos para productos a exportar, los premios a	

	la exportación, las subvenciones diversas, la formación para la exportación, los servicios de información y asistencia, las tarifas de transporte preferentes, las zonas, depósitos y puertos francos . . .	355
14.	El sector privado y el fomento de las exportaciones	359
14.1.	Las empresas auxiliares del comercio internacional: Los comerciantes exportadores, los expedidores internacionales, las firmas de embalaje, casas de estudios de mercados, bancos, agentes de transporte, agentes de seguros, factores, oficinas internacionales de informes comerciales, agencias publicitarias, agentes de aduanas, consignatarios . . .	359
14.2.	La promoción de las exportaciones por organizaciones del sector privado: Su definición .	361
	A. Los tipos de organizaciones: Cámaras de comercio, asociaciones empresariales, grupos e institutos regionales, clubs de exportadores, servicios de estudios, centros de formación e institutos	362
	B. Las actividades promocionales: Actividades de información, publicaciones, cursos y conferencias, creación de mentalidad exportadora, asistencia a los exportadores, actividades en el exterior .	363
	C. La utilización de los servicios disponibles	365

ANEXOS

1.	Crecimiento del comercio de los países del mundo .	369
2.	Estructura de las exportaciones de los países del mundo	373

3. Estructura de las importaciones de los países del mundo	377
4. Monedas del mundo	381
5. Equivalencias en cuatro idiomas de términos usados en el comercio internacional	383
6. Equivalencias entre unidades	389
7. Modelo de contrato para la designación de un solo y exclusivo agente en el extranjero	393
8. Resumen bibliográfico	399
9. Comercio exterior español, régimen de transacciones exteriores y medidas de promoción y estímulos a la exportación en España	405
Índice alfabético de términos, conceptos y abreviaturas	441