

INDICE GENERAL

Prólogo.....	v
--------------	---

Primera parte

DESARROLLO DE LAS EXPORTACIONES EN AMERICA LATINA

Cap. 1. Reflexiones sobre la promoción de exportaciones no tradicionales en América Latina	3
Cap. 2. Desarrollo de exportaciones	11
Sumario y conclusiones	16
Cap. 3. Organización del fomento a las exportaciones	17
El centro de promoción de exportaciones	18
Dimensión del centro	19
Funciones básicas del centro	20
Estructura interna y localización	24
A) Un organismo adscrito a un ministerio	24

	B) Un organismo dependiente del sector privado	24
	C) Un organismo estatal con autonomía jurídica	25
	Fuentes de financiamiento	26
	Evaluación del centro	26
Cap. 4.	Desarrollo de exportaciones en América Latina	27
	Problemas de oferta exportable	28
	1. Problemas de capacidad física	28
	2. Problemas de capacidad económica	29
	3. Problemas de capacidad financiera	31
	4. Problemas de capacidad gerencial o administrativa	32
	5. Problemas de conciencia exportadora	33
	Problemas de demanda internacional	34
	1. Falta de conocimiento de oportunidades de mercado ..	34
	2. Restricciones de mercados	35
	A) Restricciones no tarifarias	35
	B) Restricciones tarifarias	36
	3. Falta de canales de distribución apropiados	36
	Problemas de infraestructura	36
	Conclusiones	37
Cap. 5.	La enseñanza del comercio exterior en América Latina	39
	La experiencia del Centro Interamericano de Comercialización (CICOM)	46
Cap. 6.	El problema de la oferta exportable en América Latina	49
	Capacidad física de exportación	50
	Capacidad económica de exportación	53
	Capacidad administrativa de exportación	55
	Conciencia exportadora	55
Cap. 7.	El problema de las restricciones al comercio exterior	57
	Etapas de la interacción países desarrollados-países en desarrollo	58

	Etapa I (1550-1800). Período colonial	59
	Etapa II (1800-1900). Período poscolonial	59
	Etapa III (1900-1945). Período entre guerras	59
	Etapa IV (1945-1960). Período de posguerra	60
	Etapa V (1960-?). Período actual-futuro cercano	60
	Etapa VI (?). Período futuro	61
	1. Regulación de mercados agrícolas	65
	2. Protección del equilibrio de la balanza de pagos	65
	3. Para favorecer el desarrollo económico	66
Cap. 8.	El diálogo Norte-Sur. Significado, status, proyecciones e implicancias para los países en desarrollo	69
	Perspectivas para el futuro	81
Cap. 9.	Cooperación empresaria internacional: experiencia del MERCOSUR	83
	Mecanismos de cooperación empresaria	87
	El estatuto de empresas binacionales	89
	Sumario y conclusiones	93
	Ley N° 23.935. Estatuto de empresas binacionales argentino-brasileñas. Apruébase el estatuto para su establecimiento	93
	Resolución N° 8/93. Inspección General de Justicia	100
Cap. 10.	Sistema de comercialización: una metodología para su análisis	115
	Esquema conceptual para el estudio de sistemas de comercialización	119
	Definición de lo que constituye funciones de comercialización	120
	Definir los objetivos del sistema	121
	Identificar cuál es el sistema relevante a estudiar	122
	Determinar los componentes endógenos del sistema	123
	Definir el ambiente dentro del cual el sistema debe operar	124

Definir las medidas de performance del sistema	125
Determinar las relaciones entre las partes del sistema. Formular y evaluar medidas correctivas	126
Diseñar una estrategia de implementación	126
Conclusión	127
Esquema para identificar problemas de comercialización de alimentos en países en desarrollo	128

Segunda parte

COMERCIALIZACION INTERNACIONAL

Cap. 11. Estrategia de marketing internacional.....	133
Introducción	133
Etapas de una estrategia de marketing internacional.....	135
Selección del mercado a desarrollar	135
Evaluación de las características actuales y potenciales ...	136
Definición de estrategia de penetración.....	138
Fijación de objetivos de mercado	139
Diseño de mezcla comercial	140
Evaluación de resultados	141
Ejercicio de selección de mercados	141
Ejercicio de estrategia de penetración	142
Características del mercado.....	142
Características de su empresa	143
Cap. 12. Estrategia para el producto de exportación	145
El producto dentro del planeamiento global de exportación .	146
Estrategias para el producto	147
Planeamiento de productos para exportaciones	148

La línea de productos	150
Ciclo de vida del producto	150
Cap. 13. Estrategia para los canales de distribución	153
Canales para exportación	155
Conclusiones	158
Cap. 14. ¿Qué son los consorcios de exportación?	159
Decisiones básicas en la formación y la operación de los consorcios	164
Cap. 15. Las <i>trading companies</i> y el desarrollo del comercio exterior en la Cuenca del Pacífico	167
Presencia de las <i>tradings</i> en la Cuenca del Pacífico	177
Cooperación en la Cuenca del Pacífico	186
Cooperación entre <i>tradings</i> y desarrollo de negocios en la Cuenca del Pacífico	190
Cap. 16. Administración internacional: su importancia en América Latina	195
Conclusiones	204
Bibliografía básica	204
Cap. 17. La <i>joint venture</i> como mecanismo de penetración de mercados	205
a) Composición del capital	208
b) Objetivos sociales: su amplitud y su punto de énfasis.....	208
c) Mercados a servir	208
d) Tamaño y localización del proyecto	209
e) Composición del cuadro directivo	209
f) Destino de las utilidades	209
g) Fuentes de financiamiento	209
h) Línea de productos	210
i) Transferencia de tecnología	210
j) Fuentes de insumos	210
k) Objetivos básicos de mediano y largo plazo	211

Ventajas y desventajas de las <i>joint ventures</i>	211
A. Aspectos generales y legales de administración	211
a) El socio local	211
b) El socio extranjero	211
B. Aspectos de marketing	212
a) El socio local	212
b) El socio extranjero	212
C. El punto de vista financiero	212
a) El socio local	212
b) El socio extranjero	213
D. Aspectos de personal	213
a) El socio local	213
b) El socio extranjero	213
E. Aspectos de producción	213
a) El socio local	213
b) El socio extranjero	213
Conclusiones	214
Cap. 18. Desarrollo organizacional internacional	215
Estructura organizacional	217
Cap. 19. Comercialización internacional de tecnología: características y perspectivas para América Latina	233
Cuadro N° 1. Esquema de proyecto industrial	237
1. Alemania Federal	238
2. Gran Bretaña	239
3. Francia	240
4. Estados Unidos	240
5. Canadá	241
Naturaleza y tipo de mercados para consultores	242
Mecanismos básicos para obtener información de demanda	242

Condiciones generalmente incluidas en los contratos con el sector público	242
Un modelo para América Latina	242
a) Oferta exportable	242
b) Oportunidad de mercados	243
c) Estrategia de penetración	244
Cap. 20. Técnicas de negociaciones internacionales	245

Tercera parte

CASOS PRACTICOS DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL Y DESARROLLO DE EXPORTACIONES

Cap. 21. Tucumán Export (promoción exportaciones)	257
Preguntas	261
Cap. 22. Cámara de Comercio de Comérica (promoción exportaciones) .	263
Preguntas	268
Cap. 23. Ronces de Caribia (estudio de oferta exportable).....	269
Preguntas	273
Cap. 24. Juguetes Adancito y Evita (desarrollo producto exportación)	275
Preguntas	279
Cap. 25. Carioca Exportadora S.A. (<i>trading companies</i>)	281
Preguntas	284
Cap. 26. "Gordolino" (negociaciones agencias)	287
El Libador	289
La Cave	289
Preguntas	289

Anexo	290
Antecedentes de El Libador S.A.	291
Antecedentes de Bodega Cantina Sorrento	292
Cap. 27. Ejercicio de negociación comercial Nº 3.....	295
Hoja confidencial del vendedor.....	296
1. Antecedentes de la empresa	296
2. Antecedentes del mercado	297
3. Antecedentes del comprador.....	297
4. Antecedentes básicos para negociar	298
Hoja confidencial informativa del comprador	299
1. Antecedentes de la empresa	299
2. Antecedentes del mercado	299
3. Antecedentes del vendedor	300
Cap. 28. Banco Amigo S.A. (banca).....	303
Preguntas.....	305
Parte B	305
Preguntas.....	307
Anexo A	307
Anexo B	309
Bancos de Bavaria en el exterior	309
Cap. 29. Paltonesa (inserción internacional)	311
Antecedentes de la compañía.....	311
Preguntas.....	315
Anexo técnico	315
Variedades	315
Elección de la gleba.....	316
Preparación del suelo	317
Epoca de la siembra	317
Fertilización con cal y abono	317

Formación de injertos.....	318
La siembra	319
Tratamientos culturales.....	319
Plagas	320
Enfermedades.....	320
Cosecha.....	321