

Índice

Agradecimientos	9
Prólogo	11
Introducción	17
CAPÍTULO 1. Comercio internacional	21
1. Concepto y ámbito del comercio internacional	22
2. Teorías del comercio internacional	29
2.1. Teoría clásica	30
2.2. Teoría de las ventajas comparativas	34
2.3. Teoría neoclásica	40
2.4. Teoría cepalina	42
2.5. Teoría de la dotación de recursos	46
2.6. Teoría regulatoria	49
2.7. Teoría de las ventajas competitivas	50
2.8. Teoría de la nueva geografía económica	55
CAPÍTULO 2. Teoría evolutiva del comercio internacional	57
1. Fases de la teoría	64
1.1. Exportación de <i>commodities</i>	67
1.2. Exportación de manufacturas	69
1.3. Exportación de servicios	74
1.4. Inversión extranjera	79
1.5. Dominación tecnológica	89
1.6. Penetración cultural	95
1.7. Interferencia política	100

2. Los principios	106
2.1. Dinamismo	106
2.2. Causalidad	108
2.3. Competencia	110
2.4. Generación	112
2.5. Concatenación	112
2.6. Paracomercialidad	113
3. Criterios metodológicos de la teoría	114
CAPÍTULO 3. La teoría y su justificación	123
1. Actores e intereses	125
1.1. El Estado	129
1.2. La Organización Mundial del Comercio	132
1.3. La OCDE	139
1.4. El FMI	141
1.5. El Banco Mundial	142
1.6. La OMPI	144
1.7. El BID	147
1.8. La Unctad	151
1.9. La ISO	152
1.10. Las empresas transnacionales	158
1.11. Las bolsas de productos	159
1.12. Las ONG	191
1.13. Las fundaciones	163
1.14. Los movimientos migratorios	165
1.15. La delincuencia organizada	167
1.16. La sociedad civil	168
2. Los cambios en los medios de transporte	170
3. Las innovaciones tecnológicas	171
4. La diferenciación del producto	173
5. El espíritu de competencia	174
Bibliografía	177