

ÍNDICE GENERAL

PRIMERA PARTE: ASPECTOS INTRODUCTORIOS	II
I INTRODUCCIÓN	II
II ANTECEDENTES DE LA INDUSTRIA “INGENIO AZUCARERO ROBERTO BARBERY PAZ” UNAGRO S.A	III
III PROBLEMÁTICA	V
PANORAMA GENERAL DEL AZÚCAR MORENA EN BOLIVIA	V
MERCADO MUNDIAL DEL AZÚCAR MORENA	VII
EXPORTACIONES BOLIVIANAS DE AZUCAR MORENA	VIII
IMPORTACIONES MUNDIALES DE AZÚCAR MORENA	VIII
MERCADO JAPONÉS.....	VIII
IV. IDENTIFICACION Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION	IX
ELEMENTOS DEL PROBLEMA QUE SE CONOCEN.....	X
ELEMENTOS DEL PROBLEMA QUE SE DESEAN CONOCER.....	X
PREGUNTA DE LA INVESTIGACIÓN	XI
V JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	XI
JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.....	XI
JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA.....	XI
JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.....	XII

VI FORMULACION DE OBJETIVOS	XII
OBJETIVO GENERAL	XII
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL MARCO TEÓRICO	XII
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL MARCO PRÁCTICO	XII
VII FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS	XIII
VARIABLE DEPENDIENTE	XIII
VARIABLE INDEPENDIENTE	XIII
VARIABLE MODERANTE.....	XIII
XIII ALCANCE Y LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.....	XIII
LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.....	XIII
ÁMBITO GEOGRÁFICO.....	XIV
ÁMBITO ECONÓMICO	XIV
ÀMBITO INDUSTRIAL	XIV
IX ASPECTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN	XIV
TIPOS DE ESTUDIO	XIV
<i>FUENTES DE INFORMACIÓN.....</i>	<i>XV</i>
FUENTES PRIMARIAS	XV
FUENTES SECUNDARIAS	XV

INDICE

MARCO TEÓRICO

CAPITULO 1	1
1. COMERCIO INTERNACIONAL	1
1.1 COMERCIO	1
1.2 COMERCIO INTERNACIONAL	1
1.2.1 LAS EXPORTACIONES	1
1.2.2 LAS VENTAJAS QUE BRINDAN A UN PAIS LAS EXPORTACIONES	2
1.2.3. PLAN DE EXPORTACIÓN	3
1.3. DEFINICIÓN DE MERCADO	3
1.3.1. CLASIFICACIÓN DEL LOS MERADOS	3
1.4. ESTUDIO DE MERCADO	4
1.4.1 DEFINICIÓN	4
1.4.2. ESTUDIO DEL PRODUCTO	4
1.4.3 ESTUDIO DE LA DEMANDA DEL PRODUCTO.	5
1.4.4. ESTUDIO DE OFERTA DEL PRODUCTO	5
1.4.5 ESTUDIO DE LOS PRECIOS DEL PRODUCTO.	5
1.4.6. ESTUDIO DEL MERCADO POTENCIAL	6
1.5. NEGOCIACIÓN	6
1.5.1. EL CONCEPTO DE NEGOCIACIÓN	6
1.5.2. TIPOS DE NEGOCIACIONES	6
1.5.3 ESTÁNDARES PARA NEGOCIACIONES INTERNACIONALES.	7
1.6 CONTROL Y NORMAS DE CALIDAD	7
1.6.1 DEFINICIÓN DE CALIDAD	7
1.6.2 CONTROL DE CALIDAD	7
1.6.3 CONTROL DE DISEÑO.	7

1.6.4. CONTROL DE LA DOCUMENTACIÓN Y LOS DATOS.....	8
1.6.5. CONTROL DE CALIDAD DE COMPRAS.....	8
1.6.6. IDENTIFICACIÓN Y TRAZABILIDAD DEL PRODUCTO.....	8
1.6.7. CONTROL DE LOS PROCESOS.....	9
1.6.8. CONTROL DE REGISTROS.....	9
CAPÍTULO 2	11
2. TEORIA DE LA VENTAJA COMPETITIVA	11
2.1 CONCEPTO DE LA VENTAJA COMPETITIVA	11
2.2. TIPOS DE VENTAJA COMPETITIVA	11
2.2.1. LA VENTAJA EN COSTOS.....	12
2.2.1.1 Obtención de la ventaja en costos.....	12
2.2.2. LA VENTAJA DE DIFERENCIACIÓN	13
2.3. CREACION DE VENTAJAS COMPETITIVAS	14
2.3.1 Ventaja competitiva basada en cambios externos.....	14
2.3.2 Ventaja competitiva basada en cambios internos.....	15
2.4 MANTENIMIENTO DE LA VENTAJA COMPETITIVA	15
2.4.1. La imitación de los competidores	15
2.4.2 Las bases sobre las que se asienta la ventaja competitiva	17
CAPÍTULO 3	20
3. LOGÍSTICA INTERNACIONAL	20
3.1 CONCEPTO	20
3.1.2 ELEMENTOS DE LA LOGISTICA INTERNACIONAL	20
1) Producto:.....	20
2) Comercialización internacional:	20
3) Distribución Física Internacional (DFI):	21

4) Sistema de información:	21
3.2 DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL	21
3.3 INCOTERMS.....	22
3.3.1 EXW (Ex Works – En fábrica)	23
3.3.2 FCA (Free Carrier At – Libre Transportista en ...).....	23
3.3.3 FAS (Free Alongside Ship – Libre al contado del barco)	23
3.3.4 FOB (Free On Boardd – Libre a Bordo)	23
3.3.5 CFR (Cost and Freight – Costo y flete).....	24
3.3.6 CIF (Cost, Insurance and Freight – Costo, seguro y flete)	24
3.3.7 CPT (Carrier Paid To – Transporte pagado hasta ...)	24
3.3.8 CIP (Carrier and insurance Paid To – Transporte y Seguro pagado hasta ...)..	24
3.3.9 DAF (Delivery at Frontier – Entregado en la Frontera...)	24
3.3.10.- DDU (Delivery Duty Unpaid – Entregado, derechos no pagados...)	25
3.3.11.- DDP (Delivery Duty Paid – Entregado, derechos pagados.).....	25
3.3.12 DES (Delivery Ex Ship - Entregado sobre el Buque...)	25
3.3.13.- DEQ (Delivery Ex Quay – Entregado sobre el Muelle...).....	25
3.4 COSTOS PAÍS EXPORTADOR	26
COSTOS DIRECTOS	26
3.4.1 EMPAQUE	26
3.4.2 EMBALAJE	27
3.4.2.1 EMVASE	27
MARCADO DEL EMBALAJE	28
3.4.3. UNITARIZACIÓN	28
3.4.4. MANIPULEO	29
3.4.5.- DOCUMENTACIÓN	29
3.4.5.1.- Factura Comercial.....	30
3.4.5.2. Lista de Empaque	30
3.4.5.3. Certificado de Origen	30
3.4.5. 4. Documento de exportación.....	31
3.4.5.5. Documento de transporte	31

3.4.5.6. Otros documentos.....	31
3.4.6. TRANSPORTE.....	32
3.4.6.1. FORMAS DE TRANSPORTE.....	33
3.4.6.1.1. TRANSPORTE POR CARRETERA.....	33
3.4.6.1.2. TRANSPORTE FERROVIARIO – GENERALIDADES.....	34
3.4.6.1.3.- TRANSPORTE FLUVIAL.....	35
3.4.7. SEGURO DEL LOCAL DEL EXPORTADOR AL PUERTO DE EMBARQUE.....	36
Costos aduaneros:.....	36
Costos bancarios:.....	36
Agentes:.....	36
COSTOS INDIRECTOS.....	37
3.4.8 Administrativos.....	37
3.4.9. Capital.....	37
3.5 MULTIMODAL O COMBINADO.....	37
3.5.1. GENERALIDADES SOBRE EL PRE - EMBARQUE.....	38
3.6.- CARGA.....	38
3.6.1. Tipos de carga.....	38
Carga General.....	38
Carga de granel (Líquido y sólido).....	39
3.6.2. Ventaja del contenedor.....	39
3.7. SEGURO.....	40
3.7.1 NORMAS FITOSANITARIAS.....	40
3.7.2. ARANCELES.....	40
CAPITULO 4.....	43
4. TEORIA DEL A CADENA DE VALOR.....	43
4.1. DEFINICION DE CADENA DE VALOR.....	43
4.2 ESTRUCTURA DE LA CADENA DE VALOR.....	44
4.2.1. Cadena de calor de proveedor.....	46
4.2.2. Cadena de valor de los canales.....	47
4.2.3. Cadena de valor del comprador.....	47
4.3 IDENTIFICACION DE LAS ACTIVIDADES DE VALOR.....	48

4.3.1. Actividades primarias	48
Logística interna:.....	48
Operaciones:.....	49
Logística externa:.....	49
Mercadotecnia y ventas:.....	49
Servicio:.....	49
4.3.2. Actividades de apoyo	49
Abastecimiento.....	49
Desarrollo y tecnología.....	50
Administración de recursos Humanos.....	50
4.3.3 Tipo de actividad	50
Directas.....	50
Indirectas.....	51
Seguro de calidad.....	51
CAPITULO 5	53
CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR DE ESTUDIO	53
ANALISIS DE LA PRODUCCION MUNDIAL Y NACIONAL DEL AZÚCAR MORENA	53
5.1. MERCADO MUNDIAL PARA EL AZUCAR MORENA	53
5.1.1. PRODUCCIÓN MUNDIAL DE AZUCAR MORENA.....	53
5.1.2. CARÁCTERÍSTICAS GENERALES DEL MERCADO MUNDIAL DE AZÚCAR.....	54
El mercado protegido.....	55
En el mercado libre.....	55
5.1.3.- PRINCIPALES IMPORTADORES MUNDIALES DEAZUCAR MORENA.....	55
5.2.- PRODUCCIÓN DE AZUCAR EN BOLIVIA	58
5.2.1.- El área agrícola en Bolivia.....	58
5.2.2. Exportación de azúcar Morena en Bolivia.....	59
5.3. EL APORTE DE SANTA CRUZ A BOLIVIA	60
5.4. MERCADO JAPONÉS (Ver anexos Análisis del mercado Japonés)	60

5.4.1. <i>COMERCIO INTERNACIONAL DE JAPÓN</i>	60
5.4.2. <i>COMPORTAMIENTO DE LA EXPORTACION BOLIVINA A JAPÓN</i>	60
5.4.3. <i>OPORTUNIDADES DE COMERCIO PARA BOLIVIA EN EL MERCADO JAPONÉS</i> .	60
5.4.4. <i>COMERCIO BILATERAL BOLIVIA – JAPON</i>	61
5.4.5. <i>EXPORTACIONES BOLIVIANAS A JAPON</i>	62
CAPÍTULO 6	63
RELACIÓN ENTRE MARCO TEÓRICO Y EL MARCO PRÁCTICO	63

MARCO PRÁCTICO

CAPÍTULO 7.....	64
7. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	64
7.1. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO DE ESTUDIO Y LA MUESTRA.....	64
7.1.1. <i>Universo de estudio: Gerentes generales d las empresas exportadoras de azúcar morena.</i>	64
7.2 CRITERIOS DE REPOSICIÓN	65
_Toc278759748	
7.3 IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES	65
7.3.1 <i>Objetivo General de la investigación.....</i>	67
7.3.2 <i>Objetivo de la investigación e identificación de variables</i>	68
7.3.3. <i>Determinación de las variables a través de los objetivos del marco teórico y del Marco Práctico.....</i>	68
7.4 OPERACIONALIZACION DE VARIABLES.....	69
7.5 MEDIOS E INSTRUMENTOS PARA LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO.....	72
7.5.1 <i>Métodos de investigación</i>	72
7.5.2 <i>Fuentes primarias de información.....</i>	72
7.5.3. <i>Fuentes secundarias de información.....</i>	73
7.6 RELACIÓN ENTRE LOS OBJETIVOS, INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN Y VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.	73
CAPÍTULO 8.....	74
8. CONDICIONES DEL MERCADO JAPONÉS	74
8.1 ACUERDOS INTERNACIONALES.....	74
8.1.1. <i>Comunidad Andina.....</i>	74
8.1.2 <i>JAPÓN.....</i>	75
8.1.3. <i>COMERCIO BOLIVIA – JAPON</i>	76
8.2 REGULACIONES COMERCIALES	77
8.2.1. <i>Acuerdo de sistema generalizado de preferencias (SGP).....</i>	77
8.2.2. <i>Beneficiarios del Acuerdo.....</i>	78
8.2.3. <i>Productos cubiertos</i>	78
8.2.4. <i>Regulaciones Legales y Normas de Importación de Japón.....</i>	78
Régimen tributario.....	79
8.2.5. <i>Regulaciones Fitosanitarias</i>	80
8.2.5.1. <i>Norma y certificación de Calidad</i>	80

8.3 RESTRICCIONES	80
8.4.1. Restricciones Arancelarias.....	80
8.5 SITUACION DEL A OFERTA Y DEMANDA DEL PRODUCTO	81
CAPITULO 9	83
9. VENTAJAS COMPETITIVAS DEL SECTOR	83
9.1. PANORAMA COMPETITIVO	83
9.1.1. Mercado Mundial del Azúcar	84
9.2. SITUACION DEL SECTOR PRODUCTOR	85
9.2.1. Panorama general del azúcar en Bolivia.....	85
9.2.1.- Producción de azúcar en los Ingenios azucareros	86
9.3. Identificación de las ventajas competitivas	92
9.4. VENTAJA COMPETITIVA DEL SECTOR	93
9.4.1. Ventaja competitiva basadas en cambios externos.....	93
9.4.2. Ventajas competitivas basada en cambios internos.....	94
CAPÍTULO 10	96
10. LOGÍSTICA INTERNACIONAL	96
10.1. ACTIVIDADES PRIMARIAS	96
10.1.1. Negociación	96
10.1.2. Control de Calidad.....	96
10.1.3 Logística internacional	97
10.1.4. Esquema de distribución Física Internacional.....	97
10.1.5. Costo País Exportador.....	100
10.1.6. Unitarización.....	101
10.1.7 Embalaje	101
10.1.8 Documentación	101
10.1.9 Vía de transporte.....	102
10.1.10 Incoterms.....	102

CAPÍTULO 11	103
11. CADENA DE VALOR DEL NEGOCIO	103
11.1. Actividades Primarias	103
11.1.1. Logística Interna	103
11.1.2. Sistema de Producción	105
11.1.3 Distribución.-	111
11.1.4 Actividades de Marketing	112
11.1.4.1. Servicios Agregados.....	112
11.2. Actividades Secundarias	113
11.2.1. Estructura Organizativa	113
11.2.2. Sistema de inventarios.....	115
11.2.3. Tecnología.....	115
11.3. Margen	115
CAPITULO 12	116
12. ANÁLISIS Y CONCLUSIONES DEL MARCO PRÁCTICO	116
12.1. PRUEBA DE LA HIPÓTESIS	119
CAPÍTULO 14	
14.1.PRUEBA DE HIPÓTESIS	120

PROPUESTA

CAPÍTULO 15	122
15. ASPECTOS GENRALES DE LA PROPUESTA	122
15.1. INTRODUCCIÓN A LA PROPUESTA.....	122
15.2. RELACIÓN CAUSA – EFECTO – SOLUCIÓN.....	122
15.3. ESQUEMA GENERAL DEL A PROPUESTA.....	124
15.4. SUPUESTOS.....	125
15.5. ALCANCES DE LA PROPUESTA.....	125
CAPÍTULO 16	126
16. DESARROLLO DE LA PROPUESTA	126
16.1. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA	126
a) Objetivo General.....	126
b) Objetivos Específicos.....	126
16.2. SELECCIÓN ESPECÍFICA DEL MERCADO OBJETIVO	127
16.2.2. SELECCIÓN DE IMPORTADORES.....	131
FICHA EMPRESA	132
16.2.2.1 INTERESES.....	133
SUPERMERCADO CHUM	134
16.2.3. DEFINICIÓN DE LA VENTAJA COMPETITIVA.....	135
16.3. LOGÍSTICA INTERNACIONAL	136
16.3.1 INFORMACIÓN BÁSICA.....	137
16.3.2. SELECCIÓN DE LAS CADENAS DFI A ANALIZAR.....	138
16.3.3. SELECCIÓN PUERTO DE ORIGEN.....	139
A) Infraestructura física de acceso a puerto de origen.....	140
Vía Terrestre.....	141
Vía Marítima.....	141
16.3.6. FIJACIÓN DE HIPÓTESIS TEMPORALES DE TRABAJO.....	142
16.4 ANÁLISIS DE RUBROS DE COSTOS DFI	143
COMPONENTES DE LOS COSTOS	145
Rubro A: Costos en Origen	145
Embalaje.....	145
Marcado.....	146
Bancarios.....	148
Manipuleo.....	148
Almacenaje.....	148
Agentes.....	149
Documentación.....	149

B: Costos Directos	150
<i>transito internacional</i>	150
<i>Aduana</i>	150
<i>Flete Internacional</i>	150
<i>Seguro internacional</i>	151
<i>Costo Indirecto</i>	153
Rubro C: Costos en Destino	153
<i>Aduana</i>	153
16.5 CADENA DE VALOR	154
16.5.1. <i>Actividades Primarias</i>	154
16.5.2. <i>Actividades de apoyo</i>	155
16.5.3. <i>Manual de Funciones</i>	157

CAPÍTULO 17..... ¡Error! Marcador no definido.

17. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... ¡Error! Marcador no definido.

17.1. CONCLUSIONES ¡Error! Marcador no definido.

17.2 CONCLUSIONES DE LA PROPUESTA ¡Error! Marcador no definido.