



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

“NIVEL DE CULTURA EXPORTADORA EN LA
EMPRESA BULLFROG PERU S.A.C. EN EL AÑO
2019”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Autoras:

Bach. Rocio Alejandra Arauco Tapia
Bach. Anggy Dominique Audante Andrade

Asesor:

Mg. Dany Jimmy Requejo Granados

Lima - Perú

2021

DEDICATORIA

A mis padres por haberme enseñado a ser la persona que soy hoy en día, por motivarme y estar presente en cada decisión que he tomado. A ustedes les debo muchos de mis logros, los amo.

Para quien ha sido mi guía en todo este proceso y por apoyarme en todas las decisiones que he tomado a lo largo de mi vida y ser mi motivo y razón, esto es para ti, papá.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, mi familia y amigos por motivarme cada día y compartir esta experiencia conmigo.

Tabla de contenidos

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE DE FIGURAS	5
RESUMEN.....	6
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	7
1.1. Realidad problemática.....	7
1.2. Antecedentes	11
1.3. Marco teórico.....	16
1.3.10. Bases teóricas.....	43
1.4. Formulación del problema	45
1.5. Objetivos	45
1.6. Justificación	46
1.7 Limitaciones.....	46
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	48
2.1. Tipo de investigación	48
2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)	49
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos.....	51
2.4. Aspectos éticos	53
CAPÍTULO III. RESULTADOS	54
CAPÍTULO IV. DISCUSION Y CONCLUSIONES	62
4.1. Discusión	62
4.2. Conclusiones	68
REFERENCIAS	69
ANEXOS	73

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Resumen Incoterms 2010	22
Figura 2: Comparativo Incoterms 2010 / 2020	24
Figura 3: Asunción de costes y riesgos por el exportador.....	25
Figura 4: Acuerdos comerciales de Perú 2020	33
Figura 5: Organigrama de la empresa Bullfrog Perú SAC.....	38
Figura 6: Proceso Productivo - Elaboración de polos.....	39
Figura 7: Clientes de Bullfrog Perú S.A.C	42
Figura 8 : Reducción de datos	54
Figura 9: Transformación de datos	55
Figura 10: Porcentaje sobre conocimiento de cultura exportadora	56
Figura 11: Factura Comercial de exportación.....	57
Figura 12: Incoterm más utilizado por BULLFROG.....	58
Figura 13: Problemas en exportaciones	58

RESUMEN

La presente tesis es sobre el nivel de cultura exportadora de la empresa BULLFROG PERU S.A.C. El principal objetivo de esta investigación es medir el nivel de cultura exportadora de la empresa antes mencionada y como esta influye en las ventas y exportaciones al mercado objetivo. La metodología de esta investigación cualitativa, descriptiva, no experimental y transversal, pues solo se estudia o mide una variable y tres dimensiones para obtener un resultado más preciso de la investigación. Luego de aplicar las entrevistas a nuestra muestra (5 colaboradores), en base a ciertos criterios de inclusión y exclusión, podemos observar que más del 90% conoce sobre cultura exportadora y lo que esta implica, como por ejemplo tener conocimiento sobre los regímenes de exportación, incoterms, acuerdos comerciales, barreras arancelarias y no arancelarias. Sin embargo, se cree que debe existir la capacitación previa, para que todos los colaboradores estén familiarizados con las operaciones que realiza la empresa y sean más competitivos en el mercado.

Palabras clave: Cultura exportadora, capacitación, competitividad, barreras, acuerdos comerciales y acceso al mercado.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

El comercio exterior ha abierto un mundo de posibilidades e incremento económico con el fin que puedan cubrir sus necesidades de mercados tanto externos como internos. En donde las naciones involucradas intercambian sus bienes y servicios para un fin común, por ello países en vías de desarrollo han implementado y creado programas para facilitar e informar a su nación con el fin de crear una cultura exportadora que fomente crecimiento competitivo y efectivo.

Países como China, India y Bangladesh han aplicado conocimiento, estrategias y recursos para el aumento de sus exportaciones textiles, colocándolos en los primeros puestos a nivel mundial en el rubro. (Inocente, Orozco Ávaloz, Piedra Habrahamshon, & Olarte Melchos, 2020)

En algunos países de Latinoamérica como El Salvador, Ecuador, Argentina, y Perú, las exportaciones se han visto afectadas, debido a su falta de competitividad y conocimientos en el comercio exterior, lo que ha llevado a que obtengan una mínima participación en el mercado internacional. (Naciones Unidas, 2019)

El Salvador cuenta con un programa que fomenta e implementa la cultura exportadora con el fin de buscar una conciencia nacional a favor del comercio exterior, para así brindarles a los exportadores la información necesaria. Esto conlleva a numerosas ventajas al momento de realizar la exportación en el país.

Muchas empresas y productores desconocen o simplemente deciden no exportar debido a que no tienen la información ni los conocimientos básicos para poder internacionalizar sus productos y generar un valor agregado, así como una alta demanda de este. (PROESA, 2017)

En Ecuador, la PYMES productoras tienden a fracasar por cometer diversos errores cuando se involucran en el comercio exterior, ya que no toman en cuenta los estándares de calidad internacional junto con la falta de tecnología y manufactura lo que es producto de la poca implementación, acceso al financiamiento y uso de la cultura exportadora dentro de sus procesos y personal. (Tene Cedeño, 2021)

En Argentina, las agencias de Pro Córdoba en colaboración con el ministerio de educación de la provincia de Córdoba establecieron como objetivos capacitar a todos los docentes de la provincia en temas inherentes al comercio exterior para luego poder incluirlos en la curricular de educación secundaria y superior, de esta manera buscan el desarrollo de la cultura exportadora junto con las ventajas que esta tiene al emplearla. Así mismo, promover el desarrollo económico a través de la enseñanza de conceptos fundamentales del comercio exterior que introducirán en los estudiantes una consciencia exportadora incentivando el espíritu emprendedor para así ser parte del crecimiento de la economía. (Pro Córdoba, 2017)

El Perú como país en proceso de crecimiento, hoy en día viene brindando diversas campañas y seminarios con la finalidad de incrementar sus exportaciones en todo el

mundo con proyecciones y nuevos nichos de mercados internacionales (Plan Estratégico Nacional Exportador 2015, PENX). Esto se lograría mediante la participación de Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), Promoviendo Perú (PROMPERU), Asociación de Exportadores (ADEX), Ministerio de Educación (MINEDU), Oficinas Comerciales de Exportación Regional (OCER), entre otros organismos gubernamentales e instituciones dedicadas a la capacitación, asistencia técnica y asesoramiento, desarrollando así una capacidad exportadora que pretende impulsar nuevos productos a nuevos mercados. (MINCETUR, 2015)

Basándonos en cuán importante es la cultura exportadora y en cuanto puede determinar el incremento de exportaciones, se realizará un estudio del nivel de la cultura exportadora de la empresa BULLFROG PERU S.A.C en el departamento de Lima. Muchos de sus productos textiles son exportados a diversos países teniendo una gran acogida, y brindándoles oportunidades de exportación para aquellas empresas que se dedican al rubro.

La cultura exportadora se convierte así en una herramienta que ayuda a los productores a identificarse de manera natural con la actividad exportadora y logra articular sus capacidades y potencialidades, generando ventajas competitivas requeridas para insertar exitosamente a nuestro país en el mundo globalizado.

Es importante, resolver los desafíos respecto a la sobrevivencia de las empresas exportadoras mediante intervenciones focalizadas y multisectoriales. Ello, nos ayudará a entender de mejor forma aquellos factores que explican las causas por las que las

empresas productoras peruanas dejan de hacerlo en ciertos periodos. (Gobierno del Perú, 2015)

Actualmente, el país cuenta con algunas políticas que van dirigidas a la mejora de la productividad y diversificación, lo cual requiere el compromiso tanto del sector público como privado. En caso de las exportaciones, son necesarias para obtener una sostenibilidad en las empresas. (MINCETUR, 2015)

Difundir una cultura exportadora mediante una promoción comercial para que los empresarios y productores vean en las exportaciones una fuente de oportunidades que se deben aprovechar con el objetivo de brindarles beneficios y crecimiento a sus negocios ampliar la cartera de clientes de manera sostenida. (PROM PERU)

La siguiente investigación tiene como objetivo principal determinar el nivel de cultura exportadora en la empresa BULLFROG PERU SAC; a través de los conocimientos básicos que ellos tengan sobre las exportaciones. Es relevante determinar la influencia en el crecimiento del comercio exterior que los productores puedan tener, así como también determinar cómo influye esto en el plan de elaboración de negocios. Dicha investigación consiste en mejorar progresivamente la mentalidad y las prácticas comerciales que permiten sostener al producto en el tiempo, con innovación y mejora de la calidad. (Cerquin Peña, 2017)

1.2. Antecedentes

Internacionales

Quishpe. D (2016) En la tesis “Exportación de sacos con lana de oveja a Estados Unidos” de la Universidad de las Américas en Quito, Ecuador, para obtener el grado de Tecnóloga en Exportaciones e Importaciones, tuvo como **objetivo** realizar un estudio sobre la exportación de sacos de lana a Estados Unidos, dando a conocer la situación laboral y económica de los productores, además de los procesos de negociación internacional para mejorar sus condiciones. Las **metodologías** utilizadas son método exploratorio el cual permitirá recopilar y examinar la información sobre el tema planteado con el fin de cumplir los objetivos; la metodología deductiva, que permitirá partir de datos valederos para deducir las suposiciones para comprobar la hipótesis planteada en el trabajo de investigación y, por último, la metodología histórica, que consiste en la recopilación de archivos de exportación y la evolución del mercado con el paso del tiempo. Tiene como **resultado** que, para dar a conocer el producto al mercado internacional, los productores han decidido mantener las tradiciones de la confección con el fin de darle un mayor dinamismo a las exportaciones y a la demanda del mercado. Los productores se acogen a los beneficios brindados por parte del estado como la exoneración total de derechos e impuestos logrando ser competitivos en el mercado. Esta investigación **concluyó** que es importante que las empresas productoras cuenten con conocimientos sobre los requerimientos y procesos de comercio exterior, para así, poder minimizar costos y riesgos en las exportaciones. El gobierno de Ecuador ha implementado una serie de mecanismos a favor del exportador como la exoneración del anticipo del impuesto a la renta y la simplificación de los trámites,

para dar impulso a la competitividad e inserción al mercado internacional. Finalmente, este trabajo de investigación fomenta la producción y desarrollo que permite mejorar el flujo de divisas y dinamizar la economía.

García y Vivero (2015) En la tesis “Diseño de un mecanismo asociativo para la Exportación de bolsos de tela elaborados artesanalmente en Otavalo hacia los Estados” de la Universidad Politécnica Salesiana de Quito, para obtener el grado de Ingeniero comercial con especialización en administración de empresas, tuvo como **objetivo** el diseñar un mecanismo de exportación que les permita incrementar sus ingresos, mejorar la calidad de sus productos, así como la calidad de vida de sus colaboradores. La **metodología** utilizada es descriptiva y exploratoria, para el análisis, conocimiento y comprensión de datos recolectados referente a la exportación y aceptación del mercado. Los **resultados** de esta investigación fueron los siguientes: Los productores no han logrado conseguir un crecimiento importante por la falta de capacitación por parte de las autoridades que beneficie al crecimiento de las exportaciones. Adicional a ello, con la investigación se ha logrado determinar un mejor mercado para las exportaciones en base a sustentabilidad administrativa y financiera para un negocio sostenible. Se **concluyó** que los principales destinos de las exportaciones de dicho producto son Italia, Estados Unidos y China, representando un 34% de las exportaciones totales, lo que demuestra que las exportaciones se encuentran diversificadas por lo que se minimiza el riesgo país. Los principales competidores en el mercado internacional son China e India debido a que su economía es superior a la economía ecuatoriana, además

de su mejor acceso a otros mercados como el europeo. Finalmente, en lo relacionado a políticas públicas, existen intensiones de generar mecanismos de asociación y beneficio de la comunidad.

Lopez. M y Zazueta. B (2015) Artículo de la Universidad Autónoma indígena de México, tiene como **objetivo** principal analizar las fuentes de conocimiento de las empresas exportadoras de Sinaloa partiendo desde el ciclo de producción. La información fue recolectada **mediante encuestas** a las empresas del estado de Sinaloa, donde se aplicó el método comparativo para identificar las diferencias significativas entre los grupos estudiados. Tiene como **resultado**, que la diseminación del conocimiento es un factor esencial para la gestión del propio conocimiento y convertirlo en competencias que se diferencien de las demás empresas. El conocimiento se puede encontrar tanto en sus trabajadores como directivos, proveedores y clientes. Sin embargo, puede estar siendo desaprovechada por la limitación entre las empresas que patentan sus productos y entre las que no patentan nada. En **conclusión**, el estudio demostró que el conocimiento en las empresas exportadoras es casi nulo respecto a la capacidad de absorción de información, por lo que se recomienda, las empresas implementen estrategias que reorienten el proceso de gestión.

Nacionales

Arribasplata. A (2020) En la tesis “Fomento de la cultura en la provincia de San Miguel, para la exportación de textiles al mercado de New York, EE. UU - 2020” de la Universidad Privada del Norte para obtener el grado de Licenciado en Administración y Negocios internacionales, de tuvo como principal **objetivo** determinar las estrategias a fin de fomentar las exportaciones hacia New York. El tipo de **metodología** utilizada es descriptiva no experimental, utilizando en la recopilación de información las entrevistas a los productores. Los **resultados** de investigación fueron los siguientes: Los productores de San Miguel no cuentan con grandes producciones ya que la demanda de sus productos es solo para un mercado local, por lo que la producción se realiza solo en temporadas para los diferentes clientes de su cartera. En cuanto a competitividad en el mercado, las prendas cuentan con un valor agregado porque sus prendas son hechas por lana de ovinos de la zona, además de contar con diseños exclusivos y excelente calidad. Sobre la globalización y formación del exportador, los productores afirman que no cuentan con mucho conocimiento, ya que las capacitaciones por parte del gobierno regional sobre el tema son muy escasas, por lo que están dispuestos a recibir talleres y charlas para aumentar su productividad y apertura en el mercado internacional. Esta investigación **concluyó** que los productores textiles deben aplicar estrategias para fortalecer la cultura exportadora acompañada con el apoyo por parte del gobierno regional para sus exportaciones. Por otro lado, los productores están dispuestos a recibir capacitaciones para mejorar sus conocimientos sobre cultura exportadora. Finalmente, la elaboración de un plan de exportación para los productores les permitirá una mayor disposición en el mercado para impulsar sus ventas.

Cerna. V y Quiroz. J (2018) En la tesis “Factores limitantes para la exportación de artesanías textiles en la Asociación de Artesanos la Collpa – Porcón, Cajamarca 2017” de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo para obtener el grado de Licenciado en Administración y Negocios internacionales, tuvo como principal **objetivo** estudiar los elementos que condicionan las exportaciones de los productos de la Asociación, con base en los siguientes puntos críticos: infraestructura, tecnología, factor social y económico. Esta investigación tiene como **metodología** la tesis tipo descriptiva y explicativa, donde se describe la realidad de la situación, eventos, personas, etc. que se pretende analizar y explicar las causas. Su diseño es no experimental y tipo transversal, porque se recolectan datos de un momento único. Este trabajo tuvo como **resultado** que la asociación no realiza investigación de mercado para poder exportar a otros países, así como la renovación de tecnologías, lo cual le permitiría renovar sus diseños y acabados del producto final. Las limitaciones que presentó esta investigación fueron: el deficiente conocimiento en la comercialización de productos textiles, ni experiencia en créditos financieros, además de un equipamiento limitado. Esta tesis **concluyó** que, los factores limitantes estudiados en la presente investigación, si representan barreras para la realización del comercio internacional.

Floriano. E (2019) En su tesis “La cultura exportadora y la competitividad empresarial de las Pymes del distrito de san juan de Lurigancho, 2018” de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho, para obtener el grado de Licenciada en

Negocios Internacionales. El presente trabajo de investigación tuvo como **objetivo** principal analizar si existe relación entre la cultura exportadora y la competitividad de las pymes del distrito de SJL. El modelo del tipo de **investigación** es aplicada de nivel correlacional y de diseño no experimental, usando cuestionarios como instrumento para el recojo de información. El **resultado** de esta investigación data que de los 46 encuestados el 43.48% han realizado estudios del mercado internacional, así como también los gerentes de las empresas vienen invirtiendo en capacitaciones para su personal y para incrementar las exportaciones. De esta manera el trabajo de investigación **concluye** que los gerentes y trabajadores de estas Pymes del rubro textil tienen muy pocos conocimientos en cultura exportadora y temas relacionados a la inteligencia comercial lo que produce que tengan barreras para poder exportar sus productos, demostrando que la cultura exportadora se relaciona con la competitividad que estas pueden representar. Se le recomienda impulsar los conocimientos en cultura exportadora a través de talleres y capacitaciones para todos los trabajadores junto con temas relacionados a la promoción internacional y certificaciones para poder impulsar sus productos antes el mercado internacional.

1.3. Marco teórico

1.3.1 Cultura exportadora

La cultura exportadora se define como la capacidad de trasladar y desarrollar nuevos valores, costumbres, formas de vida, conocimientos y prácticas empresariales enfocadas en incentivar y propiciar la interacción natural con los mercados internacionales. El objetivo de incorporar una cultura exportadora es ser la herramienta que permita a

cualquier funcionario público o privado fortalecer sus herramientas frente a la competitividad internacional. La cultura exportadora, busca generar conciencia al empresario sobre las nociones de exportaciones como un factor clave para el crecimiento de la empresa, sus colaboradores y el desarrollo inclusivo del país. (Apestegui & Quispe, 2017).

Los Conocimientos sobre cultura exportadora, no son exclusivos de los gerente o altos mandos de la empresa sino también de todos los colaboradores, ya que si una empresa tiene como objetivo expandir su negocio al exterior es indispensable que todos los eslabones que la componen entiendan la importancia de producir productos y servicios para consumidores internacionales, de esta manera se generará una competitividad productiva y esto dependerá de quienes la conforman. La cultura exportadora, va más allá de vender y realizar la exportación, son las actitudes, valores y comportamientos que crearan motivación para considerar a la actividad exportadora fundamental para el desarrollo empresarial. (ProColombia, 2015).

Para Colombia, está demostrado que el conocimiento sobre el comercio exterior es sumamente importante para todos aquellos emprendedores y empresas que quieren expandir sus negocios no solo dentro del país sino también a otros mercados internacionales ya que cada vez esto lo vuelve más competitivo. (ProColombia, 2015).

En un panorama global es sumamente importante la práctica de la cultura exportadora, ya que logra persuadir al empresario con costumbres exportadoras para su empresa. Teniendo en cuenta su importancia y los beneficios que trae consigo, como el aumento de ventas y expansión a nuevos mercados, en la actualidad más empresas

dedican tiempo y presupuesto para brindar capacitaciones hacia el personal colaborador, con la finalidad de generar mayor competitividad logrando el crecimiento para los negocios internacionales. (Arribasplata, 2020).

Las empresas, son aquellas que en último extremo generan empleo, realizan producciones y las exportan. Es así que en una economía global las empresas peruanas se enfrentan a diversos retos para asegurar su presencia en el mercado internacional, que aparte de tener relación con las condiciones de mercados externos, también se relaciona con factores internos y son estos últimos sobre los cuales el PENX 2025 trabaja para focalizar sus esfuerzos de permitir a las empresas peruanas su internacionalización de manera progresiva. El PENX 2025 reconoce que el Perú debe basar sus estrategias de productividad y competitividad. En este contexto las empresas exportadoras de un país son un aliado central para el logro de objetivos superiores tales como crecimiento económico, reducción de la pobreza y mejoramiento de la equidad. Por ellos, uno de los pilares que el PENX 2025 desarrollará es la generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora para poder tener un país apto para afrontar los retos de la globalización, donde el comercio exterior es muy relevante, se necesita mejorar las herramientas y capacidad para la internacionalización y así generar incrementar la competitividad empresarial con estándares internacionales a través de la creación de un espíritu empresarial caracterizado por el deseo de superación y progreso, con visión a futuro, ser innovador, generar la capacidad de identificar nuevas oportunidades de mercado y promover una cultura exportadora, con todas las bases sólidas para un adecuado desarrollo del comercio exterior peruano. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2015)

La cultura exportadora se puede dividir en 3 tipos:

- **Orientada a la exportación directa:** Se destaca el deseo de querer controlar directamente la comercialización con el Mercado internacional para ampliar el territorio y campo de influencia moviendo su estilo de exportación. (Sierralta, 2007)
- **Orientada hacia la inversión:** Está orientado a la inversión hacia el extranjero, donde encontramos empresas cuyos productos están sujetos a rápidos cambios tecnológicos o donde existe una inversión de empresas competidoras. (Sierralta, 2007)
- **Orientada hacia la comercialización indirecta:** Es aquella que se encuentra en la mayoría de las empresas en sectores regulados y con escasa competencia y que actúan a través de empresas de trading, brokers, consorcios, dealers, con los que buscan conocer el mercado y desenvolverse en él. (Sierralta, 2007)

1.3.2. Exportación

“Régimen aduanero que permite la salida legal de bienes y servicios de origen nacional.” (SIICEX, 2021)

a) **Exportación definitiva**

Se refiere a la exportación definitiva como el régimen aduanero en el cual las mercancías nacionales o nacionalizadas de libre circulación, salen del territorio aduanero para el uso y consumo definitivo de estas en el exterior. Cabe mencionar, para la realización y trámite de exportación definitiva es necesario contar con documentos como: la declaración, documento de transporte, factura o boleta comercial,

documento de control (para las mercancías restringidas) y otros que se exijan por la naturaleza u origen de la mercancía. (Universidad Esan, 2021).

b) Exportación Temporal

Se refiere a este régimen aduanero de exportación, a la salida de manera temporal de las mercancías nacionales o nacionalizadas al extranjero, con el objetivo de reimportarlas al mismo territorio aduanero de origen en el mismo estado original o con algún cambio del uso que se le dé en el exterior. Estas mercaderías tienen un plazo de 12 meses para la salida y entrada desde la fecha del término del embarque, el propietario puede pedir una prórroga para más tiempo, pero esto debe ser pedido dentro del plazo. Para los impuestos, solo se cobrarán junto con los aranceles, si la mercancía de reimportación fue llevada al exterior para perfeccionamiento o reparación, se cobran sobre los costos y si fue de manera gratuita o garantía los tributos se calculan sobre el gasto de transporte y seguros ocasionados por la salida y entrada de la mercancía. (Universidad Esan, 2021).

1.3.3. Incoterms 2010

Los incoterms son un conjunto de reglas que se utilizan en los contratos, acuerdos y/o negociaciones de compraventa internacionales en los que la mercancía tiene que cruzar fronteras nacionales. Este conjunto de reglas se renueva o modifica cada 10 años y se revisan por la cámara de comercio internacional con sus siglas CCI y la cual tiene sede en Paris. Para la versión de Incoterms 2010 existen 11 reglas. (International Chamber of Commerce, 2010)

Existen 11 Incoterms para la revisión del 2010, cada uno de ellos se utiliza para una situación específica ya que como finalidad tienen el establecer un conjunto de reglas internacionales para la mejor interpretación de términos utilizados en el comercio exterior, evitando incertidumbres por derivar distintas interpretaciones y determinar el punto exacto de transferencia de riesgos, costes y responsabilidades para ambas partes (exportador e importador). (Sanguinetti, 2018).

INCOTERMS 2010			
Descripción		Más detalles	Transporte
EXW	EN FABRICA	El vendedor pone la mercancía a disposición del comprador en su instalación pactada. Pueden ser: fábrica, almacén, oficinas, etc. Todos los gastos a partir de ese momento son asumidos por el comprador.	Todo tipo de transporte
FCA	FRANCO TRANSPORTISTA	El vendedor se compromete a entregar la mercancía en un punto acordado del país origen. Se hace cargo de los costos hasta que la mercancía este en lugar indicado.	Todo tipo de transporte
FAS	FRANCO AL COSTADO DEL BUQUE	El vendedor entrega la mercancía al lado del barco, es decir en el muelle del puerto de carga pactado. Es propio de cargas a granel o voluminosas ya que se depositan en puertos especializados. El vendedor es responsable de las gestiones y costes de aduana de origen.	Trasporte marítimo
FOB	FRANCO A BORDO	El vendedor entrega la mercancía sobre el buque, contrata el transporte internacional pero el costo lo asume el comprador. Se utiliza para cargas generales, no a granel.	Trasporte marítimo
CFR	COSTE Y FLETE	El vendedor se hace cargo de todos los costos, incluido el transporte principal, hasta el puerto destino. Sin embargo, el riesgo se transfiere al comprador al momento que la mercancía se carga en el buque del país de origen.	Trasporte marítimo
CIF	COSTE, SEGURO Y FLETE	El vendedor se hace cargo de todos los costos del transporte principal y seguro hasta el puerto destino. El seguro lo contrata el vendedor, el beneficiario es el comprador y el riesgo se transfiere al comprador en el momento que la mercancía se carga en el buque del país origen.	Trasporte marítimo
CPT	TRANSPORTE PAGADO HASTA	El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluido el transporte principal, hasta que la mercancía llega al punto pactado en el país destino. El riesgo se transfiere al comprador al momento de la entrega de la mercancía al transportista dentro del país de origen.	Todo tipo de transporte
CIP	TRANSPORTE Y SEGUROS PAGADOS HASTA	El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluido el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llega al punto pactado en el país destino. El seguro lo contrata el vendedor, el beneficiario es el comprador. El riesgo se transfiere al comprador al momento de la entrega de la mercancía al transportista dentro del país de origen.	Todo tipo de transporte
DAT	ENTREGADO EN TERMINAL	El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro (no es obligatorio), hasta que la mercancía se coloca en el terminal del puerto destino. El riesgo lo asume el vendedor hasta el mismo momento. El pago de la aduana destino es el comprador.	Todo tipo de transporte
DAP	ENTREGADO EN UN PUNTO	El vendedor se hace cargo de todos los costos, incluido el transporte principal y el seguro (no obligatorio). Todos los riesgos también los asume hasta que la mercancía se ponga a disposición del comprador en el transporte internacional listo para ser descargado.	Todo tipo de transporte
DDP	ENTREGA DERECHOS PAGADOS	El vendedor paga todos los gastos hasta dejar la mercancía en el punto destino convenido. El comprador no realiza ningún tipo de trámite. Los gastos de aduana de importación son asumidos por el vendedor.	Todo tipo de transporte

Figura 1: Resumen Incoterms 2010

Fuente: Sanguinetti Israel en seminario de PROMPERU 2018

Elaboración : Autores de Tesis.

Incoterms 2020 – Equivalencias con los Incoterms 2010

La Cámara de Comercio Internacional (CCI), que publicó por primera vez en 1936 las reglas internacionales del comercio conocidas como incoterms, teniendo varias actualizaciones en los años 1953, 1967, 1976, 1980, 1990, 2000, 2010 y, la última, en 2020. Estas reglas de comercio tienen una aceptación voluntaria tanto por el vendedor como comprador. (Analistas Financieros Internacionales - AFI, 2020)

Con la introducción de los Incoterms 2020, se siguen manteniendo los 11, sin embargo, existen algunos cambios como los siguientes:

- Reemplazo del DAT por el DPU.
- Ampliación de cobertura en el seguro que contrata el exportador en CIP.
- Bajo el FCA, el importador podrá indicar al transportista que emita un conocimiento de embarque “a bordo” para el importador.
- En los incoterms DAP, DPU, DDP y FCA el importador/exportador podrá recurrir al transporte de mercancía con sus propios medios.
- Inclusión de notas explicativas para usuarios al inicio de la descripción de cada regla. (AFI, 2020).

Incoterms 2010	Incoterms 2020
EXW En fábrica	EXW En fábrica
FCA Franco transportista	FCA Franco transportista
CPT Transporte pagado hasta	CPT Transporte pagado hasta
CIP Transporte y seguro pagado hasta	CIP Transporte y seguro pagado hasta
DAP Entrega en el lugar convenido	DAP Entrega en el lugar convenido
DPU Entrega en el lugar de descarga	DAT Entrega en terminal
DDP Entregada, derechos pagados	DDP Entregada, derechos pagados
FAS Franco al costado del buque	FAS Franco al costado del buque
FOB Franco a bordo	FOB Franco a bordo
CFR Coste y flete	CFR Coste y flete
CIF Coste, seguro y flete	CIF Coste, seguro y flete

Figura 2: Comparativo Incoterms 2010 / 2020

Fuente: AFI, a partir de CCI

Elaboración: Autores de Tesis

	Mercancía preparada para venta	Carga en instalaciones exportador	Transporte interior en origen	Despacho de exportación	Manipulación carga en origen	Transporte internacional principal	Seguro	Descarga en destino	Despacho de importación	Transporte interior en destino	Descarga destino final
EXW	•										
FCA	•	•	•	•							
CPT	•	•	•	•	•	• ⁽¹⁾		• ⁽²⁾			
CIP	•	•	•	•	•	• ⁽¹⁾	•	• ⁽²⁾			
DAP	•	•	•	•	•	•	•	•		•	
DPU	•	•	•	•	•	•	•	•		•	•
DDP	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	• ⁽²⁾
FAS	•	•	•	•							
FOB	•	•	•	•	•						
CFR	•	•	•	•	•	• ⁽¹⁾		• ⁽²⁾			
CIF	•	•	•	•	•	• ⁽¹⁾	•	• ⁽²⁾			

Cualquier modo/s de transporte
"Transporte marítimo y por vías navegables de interior"

Figura 3: Asunción de costes y riesgos por el exportador

Fuente: AFI, a partir de CCI

Elaboración: Autores de Tesis

1.3.4. Operadores Logísticos

Los Operadores logísticos son todas aquellas personas naturales o empresas jurídicas que intervienen o benefician en los procesos de embarque, desembarque, depósitos o terminales de almacenamiento aduanero, agentes de carga internacional, agentes de aduanas, empresas de transporte internacional, transbordo y toda la cadena logística de importaciones y exportaciones. (PROMPERU, 2019)

a) Almacenes aduaneros

Se refiere al local o establecimientos en donde que está destinado a la custodia temporal de la mercancía la cual puede estar a cargo de la autoridad aduanera o de otras dependencias públicas o personas naturales o jurídicas. Estos a su vez pueden ser depósitos temporales, donde la mercancía ingresa temporalmente hasta esperar autorización de levante y también se encuentran los depósitos aduaneros, que son lugares donde se almacenan cualquier tipo de mercancía que no esté considerada en abandono legal o que sean prohibidos, las de carga rápida y postales, estos depósitos pueden ser de depositantes públicos o privados. (PROMPERU, 2020).

b) Agente de carga

Son las empresas y personas encargadas de facilitar al dueño de la carga o el cliente final, la mejor ruta para el envío de esta mercancía desde el almacén del exportador hasta el almacén o lugar pactado en el país de destino. También es el encargado de gestionar las operaciones de carga y descarga en el almacén del exportador, consolidación de carga en un solo contenedor para cargas sueltas que no llenan un contenedor completo. (PROMPERU, 2020).

“También conocido "Transitorios". El que realiza y recibe embarques, consolida y desconsolida la carga y actúa como operador de transporte multimodal.” (Sistema Integrado de Información de comercio exterior SIICEX, 2021)

c) Empresas de transporte Internacional

Intervienen en la cadena logística internacional para trasladar la mercancía de un país de origen a un país destino en perfectas condiciones ya sean vía marítima, área o

terrestre. Concluyendo con la entrega de la mercancía en el punto de llegada con la confección de la nota de tarja o la entrega a los consignatarios o dueños según sea el caso. (PROMPERU, 2020).

d) Despachador de aduana.

“Es el que presta el servicio de gestión del despacho aduanero y puede ser: El dueño, consignatario o consignante, El despachador oficial o El agente de aduanas.” (SUNAT, 2018).

e) Transporte multimodal internacional

“Es el que por sí o por medio de otro que actúe en su nombre, celebra un contrato de transporte multimodal en virtud del cual expide un único documento de transporte multimodal, asumiendo la responsabilidad de su cumplimiento. El operador de transporte multimodal actúa como principal, no como agente o por cuenta del expedidor o de los porteadores que participan en las operaciones de transporte multimodal, y cuenta con la autorización de la entidad pública correspondiente.” (SUNAT, 2018)

f) Empresa del servicio postal.

“Aquel operador que presta el servicio postal internacional y que cuenta con la autorización conforme a la legislación vigente.” (SUNAT, 2018).

g) Empresa de servicio de entrega rápida.

“Es la que presta el servicio internacional de los envíos de entrega rápida, que cuenta con la autorización de la entidad pública correspondiente.” (SUNAT, 2018).

h) Almacén libre (Duty Free).

“Es el que presta el servicio de recepción, permanencia y conservación de mercancía en los puertos y aeropuertos internacionales sujeta al régimen especial de Duty Free.”
(SUNAT, 2018)

1.3.5. Drawback

“Restitución de derechos arancelarios que gravan la importación de bienes.”
(SIICEX, 2021).

Es un régimen que les permite a los exportadores recuperar el 3% del valor FOB exportado. Es un incentivo para los exportadores ya que el costo de producción para la mercancía nacional se ve afectada por los derechos arancelarios que gravan la importación de uno o más insumos para la producción de este bien exportado. Aquellos productos que no se acogen al Drawback son los que tengan incorporados insumos extranjeros que han sido ingresados al país bajo la suspensión o exoneración de aranceles. Este acogimiento se debe de solicitar en la Declaración Aduanera de Mercancías (DAM de exportación (ver anexo n°18) y la solicitud de reembolso se solicita posterior a la exportación ante la aduana operativa. (PROMPERU, 2020).

Dentro del valor FOB a restituir:

Incluye:

- Costo de producción: suma de todos los costos referentes a los insumos, materia prima y servicios para la realización del bien final.
- Utilidad: Es la diferencia del costo de venta final con el costo de producción.

- Costos de embalaje: costos referenciados al embalaje para el bien a vender.
- Gastos de transporte interno: gastos por trasladar mercadería referente a la mercancía a vender.
- Gastos de agente: todos los gastos por agenciamiento de aduanas ya que van relacionado directamente a la mercancía.
- Gastos de carga y manipuleo: gastos que se realizan por manipuleo (embarque y desembarque) de la mercancía.

Excluye:

- Comisiones: Cantidad extra que se puede cobrar por penalidades, facilidades o cualquier gestión externa fuera del costo de producción.
- Intereses por el pago diferido.
- Inspección: inspecciones en aduanas por canales rojos.
- Cánones: Tipo de pago que se realiza al gobierno local por explotar un área o hacer uso del territorio correspondiente.
- Regalías: pago que se realiza por el derecho a usar la creación de otra persona tercero.
- Otros gastos asumidos por el vendedor
- Si la exportación se realiza en incoterms EXW, FCA y FAS. El monto para restituir se calcula del valor FOB consignado en la DAM.

Fuente: Plataforma digital Unica del Estado Peruano, 2019

1.3.6. Devolución de IGV para exportadores

“El monto del Impuesto que hubiere sido consignado en los comprobantes de pago correspondientes a las adquisiciones de bienes, servicios, contratos de construcción y las pólizas de importación, dará derecho a un saldo a favor del exportador conforme lo disponga el Reglamento.” (SUNAT, 2008).

La devolución del IGV (Impuesto general a las ventas) es un régimen tributario de la SUNAT hacia los contribuyentes exportadores ya que se consideran los tributos que ellos pagan para la elaboración del bien a exportar , este régimen establece un límite de dos veces al mes y equivalente al 18% de sus compras o exportaciones declaradas, para hacer efectiva la devolución se debe de tener los comprobantes de pago debidamente consignados en los registros de compra y venta de la empresa para ser declarados en el periodo tributario correspondiente a la solicitud de devolución de IGV. PROMPPERU, 2020.

1.3.7. Acuerdos Comerciales

a) TLC

Un tratado de libre comercio (TLC) es un acuerdo comercial que suscriben dos o más países con el fin de acordar ciertas preferencias arancelarias y la reducción de las barreras no arancelarias en el comercio de bienes y servicios. Estos acuerdos suelen tener un plazo indefinido, es decir permanecen vigentes a lo largo del tiempo con un carácter de perpetuidad. (Ministerio de Economía y Finanzas, s.f.)

Es importante mencionar, que el firmar tratados de libre comercio forma parte de una estrategia comercial donde se busca consolidar los mercados internacionales respecto a las exportaciones e importaciones, volviendo así al país uno más competitivo lo cual permite que se amplíen los mercados. (Ministerio de Economía y Finanzas, s.f.)

Uno de los beneficios de estos tratados es que eliminan parcial o totalmente las barreras arancelarias entre países lo que contribuye a mejorar la competitividad en el mercado. Sin embargo, una de las desventajas de estos tratados existe una mayor sensibilidad en las negociaciones en las cuales deberán aplicarse medidas de defensa comercial para evitar las prácticas desleales del comercio sobre todo en los sectores de mayor crecimiento de cada país. (Ministerio de Economía y Finanzas, s.f.)

b) Beneficios de los acuerdos comerciales

Los acuerdos comerciales brindan los siguientes beneficios:

- Crean oportunidades, ya que se mejoran las condiciones de comercio y se crean oportunidades, dando una ventaja sobre las otras empresas de los demás países. (PROESA, 2016)
- Reducen costos ya que se reduce el arancel que tiene que pagar una empresa al exportar o importar, además de eliminar las barreras arancelarias y no arancelarias, para mejorar los márgenes de ganancia y ser más competitivos en el Mercado. (PROESA, 2016).

- Dan seguridad al negocio, porque permite que las empresas tengan la seguridad que las reglas comerciales no cambiaran porque son “acuerdos” entre gobiernos, y estos cambios solo se dan en un consenso por ambas partes. (PROESA, 2016).
- Definen un proceso de solución, porque crean un mecanismo de solución, cuando otro país no cumple sus obligaciones comerciales, estableciendo un proceso legal que obliga a cumplir con lo pactado. (PROESA, 2016)

c) Acuerdos vigentes que mantiene Perú

Comunidad Andina (CAN): El Perú participa en este acuerdo para la desgravación arancelaria, liberación subregional de mercados, normas comunitarias referidas a la propiedad intelectual, transporte en todas sus modalidades y una amplia gama de temas de comercio.

Mercosur: Este acuerdo busca un área libre de comercio entre los países que lo conforman (Perú, Brasil, Argentina, Paraguay y Uruguay) mediante la expansión comercial y eliminación de barreras arancelarias para intercambio de bienes y servicios.

Tratados de Libre comercio: TLC con EE. UU, Chile, Unión Europea, entre otros.

ACUERDOS COMERCIALES DE PERÚ	
Acuerdos comerciales en vigencia	<p>La Organización Mundial de Comercio (OMC); Acuerdo de Libre Comercio entre Perú - Comunidad Andina; Mercosur; TLC Cuba; Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC); TLC Chile; TLC México; TLC EE.UU; TCL Canadá, TLC Singapur; Acuerdo de Libre Comercio entre Perú y los Estados de la Asociación Europea de Libre Comercio; Acuerdo de Libre comercio entre Perú y Corea del Sur; Protocolo entre la República del Perú y el Reino de Tailandia para Acelerar la Liberalización del Comercio de Mercancías y la Facilitación del Comercio y sus Protocolos Adicionales; Acuerdo de Asociación Económica entre el Perú y Japón; Acuerdo de Libre Comercio Perú – Panamá; Acuerdo Comercial entre Perú y la Unión Europea; Acuerdo de Libre Comercio Perú – Costa Rica; Acuerdo de Alcance Parcial de Naturaleza Comercial entre la República del Perú y la República Bolivariana de Venezuela; Alianza del Pacífico; TLC Honduras; Acuerdo de Libre Comercio Perú-Australia y Acuerdo Comercial entre el Perú y el Reino Unido.</p>
Acuerdos comerciales por entrar en vigencia	<p>Tratado de Libre Comercio Perú – Guatemala; Acuerdo de Asociación Transpacífico; Acuerdo de Profundización Económico Comercial entre la República del Perú y la República Federativa del Brasil y Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico: el nuevo horizonte comercial del Perú</p>
Acuerdos comerciales en negociación	<p>El programa de Doha para el desarrollo – organización mundial del comercio; Acuerdo de Comercio de Servicios (TISA); TLC El Salvador; TLC Turquía; TLC India; Los Estados Asociados a la Alianza del Pacífico y TLC Nicaragua</p>

Figura 4: Acuerdos comerciales de Perú 2020

Fuente: Ministerio de Economía y finanzas

Elaboración: Autores de tesis

1.3.8. Acceso al Mercado

a) Barreras arancelarias

La definir qué es una barrera arancelaria, primero debemos saber el concepto de qué es un arancel y cuáles son sus tipos. Definimos por arancel como un impuesto o gravamen que se aplican a todos los bienes importados y exportados. Cabe mencionar, que específicamente en el caso de Perú, las exportaciones no cuentan con aranceles. Se cuenta con tres tipos de aranceles (Ministerio de Economía y Finanzas, 2021.):

Arancel AD VALOREM: Este se calcula como un porcentaje CIF de la importación (costo, seguro y flete).

Arancel específico: Este se calcula como una cantidad determinada monetaria por el volumen de la importación.

Arancel mixto: Compuesto por ad valorem y un arancel específico.

Las mercancías que se importan al Perú se encuentran sujetas al pago de derecho arancelario de acuerdo con la subpartida que tenga. Actualmente, existen cuatro niveles de ad valorem (0%, 4%, 6% y 11%) (SUNAT, 2021).

Lázaro (2003, p.35) define que las barreras arancelarias son derechos de aduana que agravan la importación de mercancías (las exportaciones, salvo excepciones, no están sometidas a este arancel) con el fin de proteger la producción nacional mediante el encarecimiento del precio de productos que se compran en el mercado extranjero.

Existen barreras arancelarias que dependerán del tipo de acuerdo comercial en el que el país se encuentre, donde las tasas son muy bajas o nulas. Sin embargo, esta apertura dificulta ciertos sectores donde se deberá cumplir una normativa estatal. (PROM PERU).

Otro de los tributos que gravan las importaciones son los derechos específicos. Se entienden por ellos, a los tributos que tienen por naturaleza el derecho arancelario. Estos pueden ser los productos agropecuarios, como el arroz, maíz, etc., donde fijan derechos variables adicionales y rebajas arancelarias según los precios. Estos precios se fijarán de acuerdo con la base de Tablas Aduaneras vigentes a la fecha de la numeración de la declaración de importación expresada en dólares. (SUNAT, 2021)

b) Barreras no arancelarias:

Centro del Comercio Internacional ([CCI], 2017) especifica que las medidas no arancelarias son medidas políticas distintas a las medias comunes que tienen el potencial de afectar al intercambio internacional de bienes. Estas medidas no arancelarias tienen como objetivo el proteccionismo que no utiliza aranceles.

Los marcos normativos de estas barreras no arancelarias se encuentran detallados en los Acuerdos de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

Sarquis. A (2002) Las barreras no arancelarias por su naturaleza, son más difíciles de controlar, conocer, interpretar y cumplir.

El número de barreras no se pueden definir, sin embargo, son algunas las más conocidas que dificultan el ingreso de ciertas mercancías durante el intercambio de bienes entre dos naciones. Entre ellos se encuentran:

- **Precios de entrada:** El sistema tributario establece un precio mínimo por debajo, por lo que se deberán pagar los derechos arancelarios con el objetivo de llevar el precio de importación al del mercado local en el cual está ingresando el bien, de manera que no afecta a la competencia nacional.

- **Restricciones sanitarias y fitosanitarias:** Relativo a las características sanitarias del bien o producto, donde deberán calzar los estándares internacionales.
- **Licencias de importación:** Son medidas de carácter administrativo para el ingreso de ciertos productos a territorio nacional.
- **Etiquetado:** En el caso específicamente del sector textil, esta deberá contar con el nombre del país de origen, composición de la tela, como peso de la fibra y nombres genéricos.

Otro tipo de barreras no arancelarias son: Salvaguardas, derechos compensatorios, requisitos técnicos, trámites aduaneros excesivos, entre otros.

1.3.9. BULLFROG PERU S.A.C

1.3.9.1. Creación de la empresa:

Bullfrog Perú S.A.C es una empresa que se creó en el año 2006, con presencia en el mercado de 15 años, conformada por un personal altamente calificado.

En el año 2008 comenzaron en el mercado con la producción y venta de t-shirts clásicos en una tela sofisticada con costura 60/2 con diferentes mezclas de microfibras desde contaminados hasta teñidos especiales en prenda acabada.

En el 2009, la empresa comenzó a trabajar con más de 60 talleres a nivel nacional y 20 fábricas en Lima la cual le permitió distribuir alta calidad en corte de productos.

En el año 2015, Bullfrog Peru S.A.C comenzó a crear fuertes relaciones comerciales con diversos clientes en la industria, así como diversos socios comerciales para la elaboración de prendas.

Los principales valores de la empresa son:

- Innovación: La empresa apuesta por el uso de nuevas tecnologías, así como nuevas tendencias de moda en cuanto a las prendas elaboradas.
- Posibilidad de exportación: La empresa apuesta por expandirse a nuevos mercados con el fin de incrementar las ventas.
- Soluciones de problemas: La empresa busca solucionar los inconvenientes presentados en la organización.

1.3.9.2. Organigrama de la empresa:

- Claudio Centurión (Gerente General)
- Michelle Hophman (Gerente Financiero)
- Eva Cavero (Tesorería)
- Phool Mercado (Contabilidad)
- Christian Huamán (jefe de producción y logística)
- Alejandra Arauco (Asistente administrativo - comercial)
- Miguel Ocampo (jefe de almacén)
- Víctor Valentín (Auxiliar de almacén)
- Ida Huamán (auditora de producción)
- Judith Castro (auditora de producción)

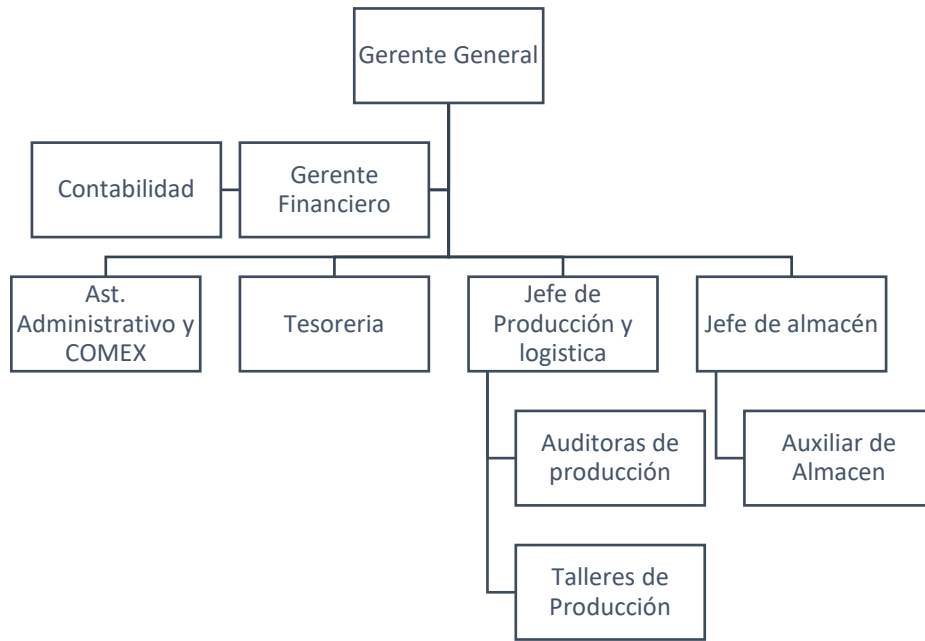


Figura 5: Organigrama de la empresa Bullfrog Perú SAC

Fuente: Empresa Bullfrog Perú SAC

Elaboración: Autores de Tesis

1.3.9.3 Misión

Ofrecer prendas de vestir con diversidad de telas de calidad, destacando lo mejor del algodón pima peruano, corte, confección y acabados de estándares internacionales, para la satisfacción de nuestros clientes.

1.3.9.4. Visión

Ser una de las mejores empresas peruanas de maquila de prendas de vestir en algodón pima para el mercado nacional e internacional con objetivo del mercado estadounidense, distinguirnos por calidad de producto final y eficiencia en nuestros procesos para el desarrollo de nuestras actividades.

1.3.9.5. Proceso de Producción

Para la producción de las prendas de vestir, Bullfrog Perú tiene una cartera de proveedores de servicio con mucha experiencia lo cual logra que se realicen los procesos productivos de manera segura y eficiente.

Para cada tipo de prenda el proceso de producción puede variar en cuestión de orden al momento de realizarlo, pero en líneas generales mostraremos con un gráfico como se realizan.

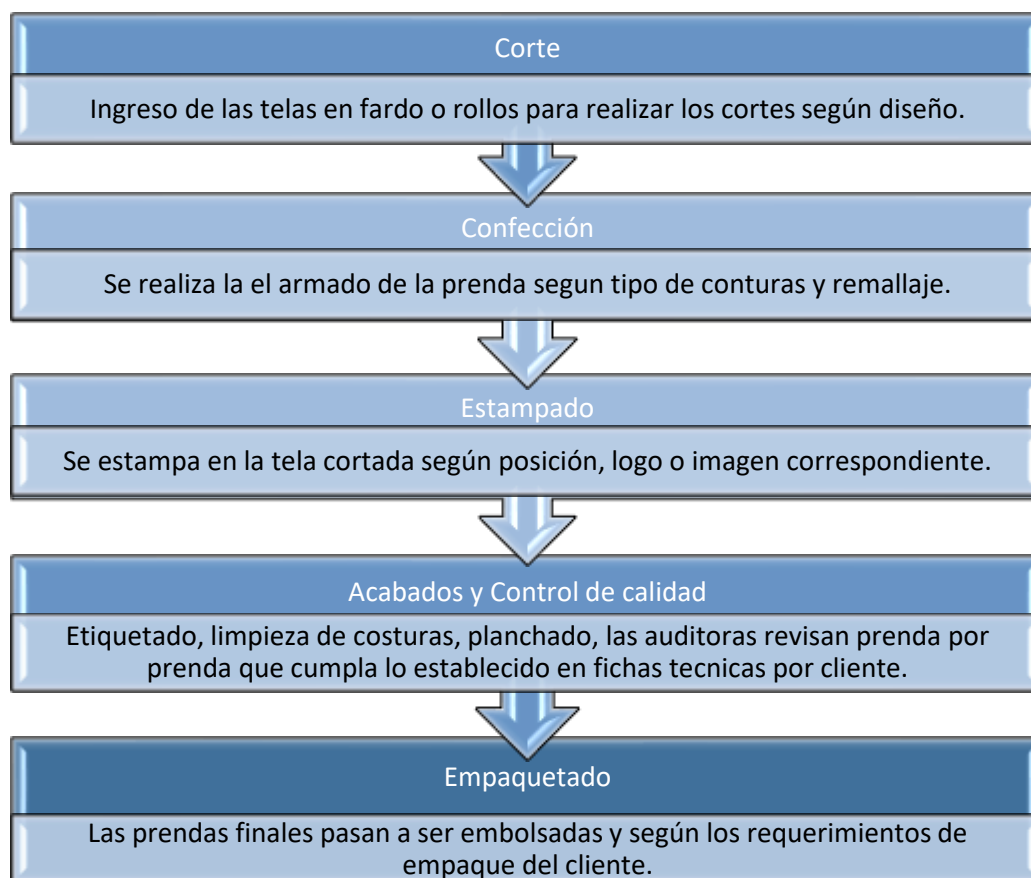


Figura 6: Proceso Productivo - Elaboración de polos

Fuente: Empresa Bullfrog Perú S.A.C.

Elaboración: Autores de Tesis

1.3.9.6. Proceso de Exportación

Bullfrog Perú SAC, como empresa tiene sus propios pasos para proceso de exportación y a continuación se detallarán dentro de la operatividad de la empresa con 2 de los clientes con los que tiene mayor volumen de venta:

CENCOSUD

1. En el caso de Cencosud Retail, este cuenta con su propio manual de entrega de productos. Ver anexo n°13
2. Las ventas a Cencosud son bajo el Incoterm FOB (2010) como carga LCL. El medio de pago es mediante Carta de Crédito BBVA Continental (anexo n°19)
3. Las cartas de crédito tienen ciertas especificaciones con las que BULLFROG deberá cumplir en cuanto la documentación que se presentará al banco para su cobranza.
4. Una vez se cuente con la reserva o booking (anexo n°20) por parte del forwarder del cliente, se procederá a la entrega de la mercancía solo con la guía de remisión y factura comercial.
5. Una vez se haya cumplido el FOB, se procederá a solicitarle al agente de carga el Bill of lading conocido por sus siglas BL (3 originales y 3 copias debidamente endosadas). Ver ejemplo de BL en el anexo n°
6. Al banco se le presentará los siguientes documentos:
 - 3 Facturas comerciales firmadas y selladas (anexo n°14)
 - 3 Packing list sellados y firmado (anexo n°15)
 - 1 Certificado de origen y 1 copia (anexo n°16)

- BL original (3) y (3) copias. (anexo n°17)

7. Una vez entregada esta documentación al banco, este tendrá 4 días hábiles para su revisión y aprobación para el envío al cliente. En caso la documentación tenga alguna observación y esta no se levante se procederá a deducirle a la factura una penalidad.

RIPLEY

1. Ripley tiene su propia especificación en el caso del embalaje, por lo que en una caja caben 20 polos de todas las tallas disponibles, empacados por modelo y color que el cliente defina.

2. Las ventas con Ripley son bajo Incoterm FOB (2010) como carga FCL. En este caso es el cliente quien nos proporciona el booking o reserva de la nave (anexo n°21), la cual se separa de acuerdo a la fecha de necesidad de la OC (orden de compra). Cabe resaltar que el tiempo de tránsito del Puerto del Callao hasta el puerto de Santiago de Chile es de aproximadamente 4 días.

3. Una vez se cuente con la reserva de la nave se procede a la elaboración de las guías de remisión, facturas comerciales (anexoN°22) y certificados de origen, los cuales deberán ser enviados a la par de la salida de la nave.

4. Posterior a la entrega FOB, se procede a enviar los documentos escaneados al cliente para que vaya avanzando en su numeración en la aduana correspondiente en origen y el registro de la venta para el pago posterior mediante interferencia bancaria SWIFT de factura a 60 días.

1.3.9.7. Principales Clientes

Se destacan entre sus clientes diversas marcas con presencia en nuestro país, pero también las empresas del sector Retail, ya que, por contactos personales del dueño de la empresa, tuvo la oportunidad de realizar visitas comerciales a Chile para negociar en las centrales de empresas como Cencosud Retail SA y Comercial Ecsa S.A. (Tiendas Ripley), exponer las muestras que realizaban como maquila y finalmente se logró ser parte de los proveedores para líneas de T-shirts para caballeros y damas. Esto significó mucho para la empresa ya que estas empresas fueron los principales clientes de exportación que más se destacaron en los años 2018-2019 teniendo una muy notable participación en cuanto a sus ventas.

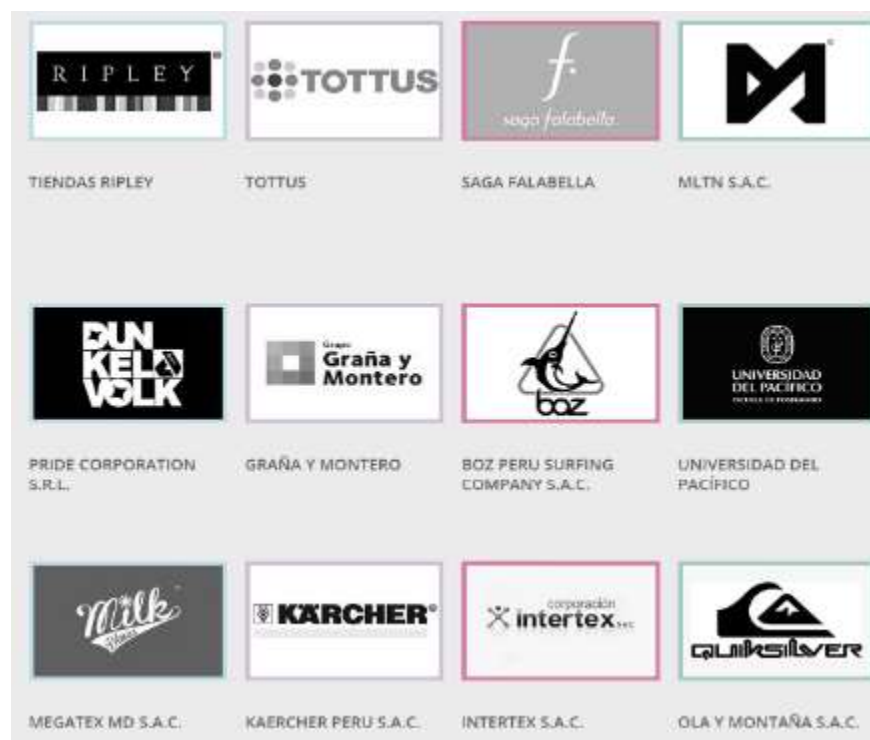


Figura 7: Clientes de Bullfrog Perú S.A.C

Fuente: Pagina Web Bullfrog Peru SAC

1.3.10. Bases teóricas

PENX 2025

El PENX es el Plan Estratégico Nacional Exportador, que tiene como objetivo principal la internacionalización de las empresas peruanas.

El rol de las empresas como actores claves del desarrollo económico y social de un país es fundamental, más cuando la economía es global donde se intercambian bienes y servicios. Consciente de ese rol, MINCETUR lanzó el Plan nacional exportador para mejorar la inserción de Perú en el Mercado internacional y una mejora permanente en la competitividad.

Un hito importante, fueron la firma y conclusión de los 17 acuerdos comerciales, los cuales facilitaban a las empresas peruanas a conectarse de manera exitosa en la economía global.

El PENX 2025, se basa en un marco lógico, el cual vincula objetivos estratégicos, pilares y actividades, fortalecido en un marco institucional que asegure la implementación en forma efectiva. Dicho marco, opera bajo los lineamientos de Presupuesto por resultados, promovidos por el Ministerio de Economía y Finanzas desde el 2007.

SUNAT

La SUNAT es la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, el cual es un organismo técnico especializado, el cual cuenta con personería jurídica de derecho público con patrimonio propio y que goza de autonomía técnica, económica, financiera, presupuestal y administrativa. Este también ha absorbido a la

Superintendencia Nacional de Aduanas, asumiendo facultades y atribuciones que por ley correspondían a esta entidad. (SUNAT, 2021)

DESCONSOLIDACIÓN DE CARGA

La desconsolidación de carga consiste en el retiro de bultos o mercancía desde el interior del contenedor, separando las cargas sobre camión para su posterior ingreso a bodega. Luego de culminada la desconsolidación se emite una tarja electrónica con el propósito de registrar el estado de la carga. **Fuente especificada no válida.**

CARGA FCL

FCL o Full Container Load, es el envío de contenedor completo, donde la mercancía de un solo exportador viaja en un contenedor sin compartir el espacio. **Fuente especificada no válida.**

CARGA LCL

LCL o Less than Container Load, es el envío de diferentes cargas dentro de un solo contenedor, es decir, el exportador o importador comparte el espacio con otros exportadores o importadores. **Fuente especificada no válida.**

BL

BL o Bill of landing, en español conocimiento de embarque, es uno de los documentos más importantes en los procesos de exportación e importación, ya que funciona como contrato de transporte. Dentro del BL deberá encontrarse la siguiente información de manera mandataria: Tipo de mercancía, Vendedor o exportador, Cliente o importador, buque, compañía naviera, número de BL, expeditor o shipper, consignatario o consignee, notify, etc. **Fuente especificada no válida.**

FORWARDER

Forwarder o transitario son los intermediarios entre la empresa que realiza el envío y el destino final de la mercancía. Estos utilizan sus contactos o socios transportistas al negociar un precio del flete, a través de las mejores rutas comerciales, optimizando velocidad, costes y fiabilidad. **Fuente especificada no válida.**

1.4. Formulación del problema

¿Cuál fue el nivel de cultura exportadora en la empresa BULLFROG PERU SAC en el año 2019?

1.4.1. Problemas específicos

- ¿Cómo se relacionó la cultura exportadora con el conocimiento exportador de los trabajadores de la empresa BULLFROG PERU SAC?
- ¿Cómo influyó la cultura exportadora al uso de Acuerdos Comerciales en la empresa BULLFROG PERU SAC?
- ¿Cómo la cultura exportadora ayudó a la eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias en la empresa BULLFROG PERU SAC?

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Identificar el nivel de cultura exportadora en la empresa BULLFROG PERU SAC en el año 2019.

1.5.2. Objetivos específicos

- Identificar la relación de cultura exportadora con el conocimiento exportador de los trabajadores en la empresa BULLFROG PERU S.AC
- Conocer de qué manera influyó la cultura exportadora en el uso de los Acuerdos Comerciales en la empresa BULLFROG PERU S.A.C.

- Explicar cómo la cultura exportadora ayudo la eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias en la empresa BULLFROG PERU S.A.C.

1.6. Justificación

- **Justificación teórica:** La presente investigación tuvo la finalidad de determinar el nivel de cultura exportadora de la empresa BULLFROG PERU S.A.C.
- **Justificación valorativa:** La presente investigación permitió conocer la situación de la empresa ante el mercado internacional y si es que cuentan con un buen nivel de cultura exportadora.
- **Justificación académica:** La presente investigación se desarrolló con la finalidad de obtener el título de Licenciadas en Administración y Negocios Internacionales, poniendo en práctica los conocimientos adquiridos.

1.7 Limitaciones

1.7.1. Internas

- Debido a la situación actual de la pandemia, se ha dificultado de manera representativa la obtención de algunos documentos de la empresa para la investigación, ya que se encuentran archivados en la empresa y el acceso es limitado.
- Los horarios de trabajo que dificultaron el trabajo en equipo.

Para superar las limitaciones antes expuestas, hemos planeado dos visitas a la empresa para la obtención de dicha información, bajo los protocolos de

bioseguridad, para así no poner en riesgo nuestro bienestar ni el de sus colaboradores.

1.7.2. Externas

- Baja productividad debido a la situación del COVID 19, lo cual ha disminuido las exportaciones de textiles.
- Escasa información sobre cultura exportadora en el sector textil.

Para la superación de las limitaciones externas, se ha complementado con información de fuentes extranjeras para contrarrestar la falta de información al nivel nacional sobre el tema tratado.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

La presente investigación tiene un enfoque **cuantitativo** ya que el propósito es examinar y comprender los fenómenos que suceden en un ambiente neutral desde la perspectiva de los participantes en relación con el contexto, además se recomienda este enfoque de investigación cuando el tema de investigación es poco explorado. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014)

Las características de este tipo de investigación son las siguientes:

- Es inductiva debido a que comprende y desarrolla conceptos a partir de pautas de datos. (Universidad del País Vasco, 2002).
- Es un diseño de investigación flexible y comienza con un estudio de interrogantes. (Universidad del País Vasco, 2002).
- Trata de comprender a las personas dentro del marco de referencia de ellas mismas, ya que el investigador trata de identificarse con la persona que estudia para comprender como experimenta la realidad. (Universidad del País Vasco, 2002)

El alcance es **descriptivo** ya que busca describir y especificar con mayor precisión una realidad o mercado internacional. Suele basarse no solo en datos primarios, sino secundarios. Para la recolección de datos suele utilizarse un cuestionario estructurado, pruebas o guías de observación y entrevista para medir la variable. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014)

La investigación descriptiva se encarga de puntualizar las características de la población que estudia a través de un registro y análisis de la interpretación de la naturaleza con un enfoque en

conclusiones dominantes o sobre como una persona o grupo se conduce o funciona en el presente. (Martínez, 2018)

El diseño de esta investigación es **no experimental** ya que este estudio no manipulará deliberadamente la variable, solo se observará los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. Así mismo, será **transversal**, que es definida como aquella en la que la recolección de datos se lleva en un único momento (tiempo) describiendo variables y su incidencia de interrelación en un momento dado. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014)

2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

2.2.1. Población

Para esta investigación nuestra población estará conformada por los diez trabajadores que conforman la empresa Bullfrog Perú SAC en el año 2019 quienes cumplen diversas funciones para la correcta realización de las operaciones de exportación:

- Claudio Centurión (Gerente General)
- Michelle Hophman (Gerente Financiero)
- Eva Cavero (Tesorería)
- Phool Mercado (Contabilidad)
- Christian Huamán (jefe de producción y logística)
- Alejandra Arauco (Asistente administrativo - comercial)
- Miguel Ocampo (jefe de almacén)
- Víctor Valentín (Auxiliar de almacén)
- Ida Huamán (auditora de producción)

- Judith Castro (auditora de producción)

2.2.1.1. Criterios de inclusión:

Dentro de los criterios de inclusión se incluyen al Gerente general, por su capacidad de decisión sobre la empresa, así como también a los trabajadores con más de 4 años de antigüedad por su experiencia y conocimientos en la operatividad.

También se incluyó a las personas con manejo en la información financiera y por ende el presupuesto de la empresa, así como la personal de producción que conoce a detalle los productos.

2.2.1.2. Criterios de exclusión:

No se ha incluido a las personas que no cuentan con una antigüedad menor a los 4 años. Así mismo, se decidió excluir a las personas que no tengan poder de decisión ni manejo de presupuesto. Finalmente, se optó por no incluir a quienes se desempeñan en los talleres de producción, puesto que las funciones que realiza no se alinean al objetivo de la investigación.

2.2.2. Muestra

La población es finita, pues se cuenta con un número reducido de trabajadores. Para nuestra muestra tomaremos a 5 trabajadores (1 de cada área) los cuales son los que toman decisión y están involucrados directamente en todos los temas relacionados a las exportaciones.

Debido a este criterio de selección para nuestra muestra, la técnica que se está empleando es no probabilística por conveniencia ya que son sujetos accesibles que aceptan ser incluidos para nuestra investigación. (Otzen & Manterola, 2017)

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

2.3.1. Técnicas de recolección de datos

Entrevista

Para la recolección de datos se trabajará con la entrevista, que se define como una conversación entre el investigador y el sujeto de estudio donde se propone tener un fin determinado sobre un tema o problema en específico. Esta técnica es muy ventajosa para las investigaciones descriptivas ya que tiene como objetivo recabar la información a través de las respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el tema o problema a tratar. (Diaz Bravo, Torruco Garcia, Martinez Hernandez , & Varela Ruiz , 2013).

2.3.2. Instrumento de recolección de datos

El instrumento que se utilizó para esta investigación es la guía de entrevista de 10 preguntas (anexo n° 3), realizadas a la muestra de individuos seleccionados para poder conseguir información precisa y detallada para responder a nuestras variables y dimensiones. Esta guía de entrevista fue revisada y validada por 3 expertos Magísteres:

- Hernán Alfredo Martin Vargas Llontop Mg. Administración estratégica de Negocios. Anexo n°4

- Enrique Mirko Gonzales Anampa, Mg. Economía y gestión de los procesos de globalización. Anexo n°5
- Javier Villar Luzuriaga Mg. Dirección de Comercio Internacional. Anexo n°6

2.3.3. Análisis de Datos

Para esta investigación, el análisis de datos se tomó en cuenta la función de las dimensiones de la variable, se clasificó, ordenó y se registró de manera manual cada entrevista para ello se transcribió en un documento Word las preguntas y respuestas que se obtuvieron de la entrevista para poder analizarlas mediante cuadros comparativos y gráficos en los que podremos apreciar el nivel de la cultura exportadora que tienen trabajadores de la empresa BULLFROG PERU S.A.C en el año 2019.

Procedimientos

- Como primer paso para el desarrollo de la investigación, se procedió a elaborar nuestro instrumento de recolección de datos el cual es la guía de entrevista, la cual se diseñó con preguntas que respondieran cada indicador con información precisa.
- El segundo paso, fue validar nuestro instrumento con profesionales expertos Magísteres, para tener la viabilidad del instrumento.
- Tercer paso, fue programar fecha y hora de cada entrevista según la disponibilidad de los colaboradores de la empresa Bullfrog Perú SAC.
- Como cuarto paso, se desarrolló la entrevista aplicando nuestro instrumento a los 5 colaboradores de la empresa Bullfrog Perú SAC para poder conocer cuál es el

nivel de cultura exportadora de la empresa. Las entrevistas se realizaron vía telefónica y virtual por un aproximado de 10 a 15 min por persona.

- El último paso fue recopilar toda la información obtenida de las entrevistas grabándolas por audio para luego ser transcritas en documento Word con esto podremos analizarlas y la obtención de datos o valores recabados a través de la guía de entrevista serán procesados mediante gráficos y diagramas para conocer el nivel de cultura exportadora de la empresa Bullfrog Peru SAC en el año 2019.

2.4. Aspectos éticos

La presente investigación respetó la confiabilidad y veracidad de los resultados obtenidos a través de las entrevistas.

Todos los entrevistados tuvieron conocimiento que las entrevistas se iban a grabar y posteriormente publicar.

El presente trabajo de investigación se ha desarrollado bajo los lineamientos del formato APA versión 6

CAPÍTULO III. RESULTADOS

En este capítulo se presentará el análisis del grado nivel de cultura exportadora de los trabajadores de la empresa BULLFROG PERU S.A.C en el departamento de Lima en el año 2019. Del mismo modo se presenta la evolución de las exportaciones en el último año, con una mayor relevancia en el conocimiento exportador lo cual genera ventajas competitivas frente a otros productores textiles del mercado nacional.

VARIABLE	DIMENSION	INDICADORES	PREGUNTAS
Nivel de cultura exportadora	Conocimiento exportador	Conocimiento del régimen de exportación	¿Usted tiene conocimiento sobre la cultura exportadora y su objetivo dentro de una empresa?
			¿Puede comentarme cual ha sido el problema más común durante una exportación?
			¿Sabe usted que regímenes o tipos de exportación existen o emplea la empresa para sus exportaciones?
		Incoterms 2010	¿Me podría mencionar que INCOTERMS utilizaba en la exportación marítima y por qué?
		Operadores logísticos	¿Sabe usted que operadores participan como parte del proceso de exportación?
	Beneficios al exportador (Drawback y devolución de IGV)	¿Podría decirme si usted conoce y hacen uso los beneficios del Drawback y devolución del IGV que por ser exportador el estado les brinda?	
	Acuerdos comerciales	Tratado de Libre comercio	¿Sabemos que su principal cliente extranjero es Chile, sabe usted que barreras tiene el exportar a este país?
		Acuerdos regionales	¿Tiene conocimientos sobre los TLC para que se usa y en que beneficia?
		Acuerdos bilaterales	
	Acceso al mercado	Barreras arancelarias : ADV y derechos específicos	¿Considera usted que los certificados de origen o calidad sean un impedimento para realizar la exportación?
Barreras no arancelarias: Certificados de origen, calidad, etc.		¿Sabe cuál es el beneficio del certificado de origen?	

Figura 8 : Reducción de datos

Fuente: Bullfrog Perú SAC

Elaboración: Autores de tesis

VARIABLE	DIMENSION	INDICADORES	PREGUNTAS	Entrevista 1	Entrevista 2	Entrevista 3	Entrevista 4
Nivel de cultura exportadora	Conocimiento exportador	Conocimiento del régimen de exportación	¿Usted tiene conocimiento sobre la cultura exportadora y su objetivo dentro de una empresa?	Si	Si	Si	Si
			¿Puede comentarme cual ha sido el problema más común durante una exportación?	Retraso producción	Retraso producción	Retraso producción	Retraso producción
			¿Sabe usted que regímenes o tipos de exportación existen o emplea la empresa para sus exportaciones?	Si	No	Si	No
		Incoterms 2010	¿Me podría mencionar que INCOTERMS utilizaba en la exportación marítima y por qué?	Si	Si	Si	Si
		Operadores logísticos	¿Sabe usted que operadores participan como parte del proceso de exportación?	Si	Si	Si	Si
		Beneficios al exportador (Drawback y devolución de IGV)	¿Podría decirme si usted conoce y hacen uso los beneficios del Drawback y devolución del IGV que por ser exportador el estado les brinda?	Si	Si	Si	Si
	Acuerdos comerciales	Tratado de Libre comercio	¿Sabemos que su principal cliente extranjero es Chile, sabe usted que barreras tiene el exportar a este país?	Si	Si	Si	Si
		Acuerdos regionales	¿Tiene conocimientos sobre los TLC para que se usa y en que beneficia?	Si	Si	Si	Si
		Acuerdos bilaterales					
	Acceso al mercado	Barreras arancelarias : ADV y derechos específicos	¿Considera usted que los certificados de origen o calidad sean un impedimento para realizar la exportación?	No	No	No	No
		Barreras no arancelarias: Certificados de origen, calidad, etc.	¿Sabe cuál es el beneficio del certificado de origen?	Si	Si	Si	Si

Figura 9: Transformación de datos

Fuente: Bullfrog Perú SAC

Elaboración: Autores de tesis

3.1. CONOCIMIENTO EXPORTADOR

Sobre la dimensión de **conocimiento exportador**, de acuerdo con las entrevistas realizadas podemos observar que el 100% de los entrevistados tiene conocimiento sobre qué es cultura exportadora y cuáles son sus objetivos dentro de la empresa. En su mayoría, definen como cultura exportadora al conocimiento de la operatividad en las exportaciones, la cual tiene como objetivo incrementar las ventas de la empresa y ser más competitivos en el mercado.



Figura 10: Porcentaje sobre conocimiento de cultura exportadora

Fuente: Bullfrog Perú SAC

Elaboración: Autores de tesis

En cuanto al conocimiento sobre regímenes de exportación, el 100% de los entrevistados concuerda en conocer el régimen de exportación definitiva, a través del saber qué es una DAM (Declaración de Adquisición de Mercancías) y que datos se colocan en ella como la naturaleza de la transacción, descripción, partida arancelaria, pesos, número de bultos, Incoterm y lugar de entrega.

Así mismo, las facturas de la empresa, han sido correctamente emitidas de acuerdo artículo 55 de la Ley sobre Impuesto a las Ventas y Servicios, ya que son emitidas al momento de la entrega real de los bienes. Además, contiene los datos correctos como lugar y fecha de emisión, moneda en dólares, unidad de medida, cantidad de ítems,

precios unitarios y precios totales, composición detallada de las prendas y código del producto. Así lo podemos observar en la parte superior de sus facturas de exportación.

Bullfrogperu SAC		BULLFROG PERU S.A.C.		RUC: 20538673839	
Dirección / Address		CAL INDEPENDENCIA 4902 337 - LIMA - MIRAFLORES		FACTURA ELECTRÓNICA F002-27	
Teléfono / Phone		2022-36			
Página Web / Web		www.bullfrogperu.com			
Email		contact@bullfrogperu.com			
Cliente / Customer : CENCOSUD RETAIL S.A.					
Dirección / Address : AVDA. KENNEDY 6001 PISO 4 LAS CONDES SANTIAGO CHILE					
No Domiciliado : 0000					
Código Cliente / Client code : 00000004					
Fecha de Emisión / Date of Issue : 17-06-2019					
Moneda / Currency : DOLAR AMERICANO					
Fecha de Venc. / Due Date : 17-06-2019					
Términos de Pago / Payment Terms : LC 30S218					
Referencia / Reference : 302680					
Guía de Remisión : 0002-0002524					
Puerto de Embarque / Port of Shipment : CALLAO, PERU					
Puerto de Desembarque / Port of Landing : VALPARAISO, CHILE					
Fecha de Embarque / Date of Shipment : Jun 21, 2019					
País de Origen / Country of Origin : PERU					
Incoterm : FOB					
Bill of Lading No. :					
Peso Bruto / Gross Weight : 1453.00					
Peso Neto / Net weight : 1205.47					
Total Bultos (x) : 669.00					
Agente de carga : GEODIS PERU S.A.					
Agente de aduana : EXPEDITORS PERU S.A.C.					
Descripción : GARMENTS ACCORDING TO PROFORMA 2019YL001 MP4 PCL 1903308560 SEASON SUMMER 2020 CHC 4308560					
Item	Descripción / Description	UND	Cantidad / Quantity	Precio Venta Unitario / Unit Price	Precio Venta Total / Total Value
UNCA0092	991POLYESTER-SO2, T SHIRT MC 100% ALGODON, GRABE, S	UND	137.000	2.30	317.30

Figura 11: Factura Comercial de exportación

Fuente: Bullfrog Perú SAC

En cuanto al Incoterm más usado por la empresa en relación con sus clientes, el total de entrevistados denota que es el FOB (Incoterm 2010), y esto se debe a mutuo acuerdo entre exportador e importador, pues el más común en el mundo del comercio exterior.

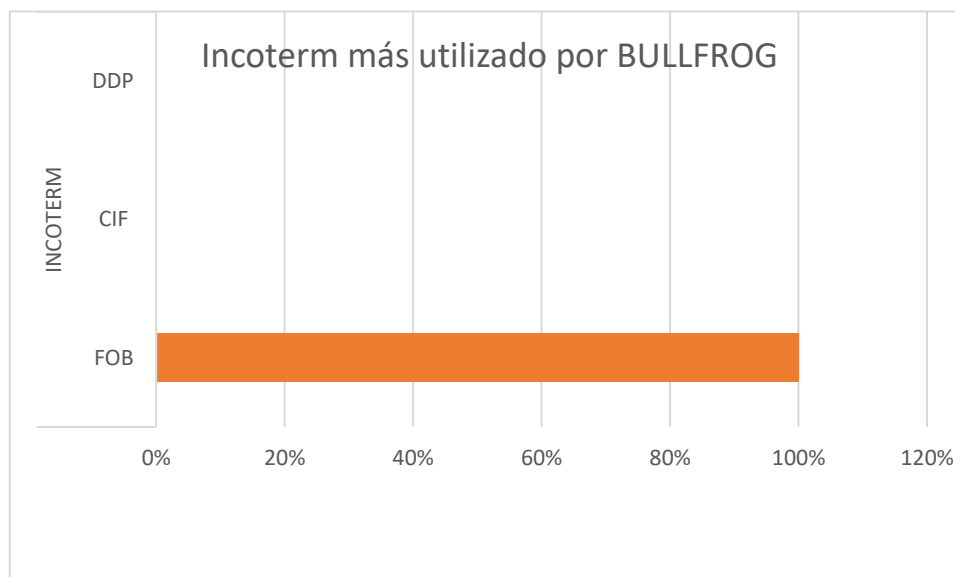


Figura 12: Incoterm más utilizado por BULLFROG

Fuente: Bullfrog Perú SAC

Elaboración: Autores de tesis

Sobre la pregunta de cuales han sido los problemas más comunes en el proceso de exportación presentados en la empresa, el 100% de los entrevistados detalla a que esto se debe a los retrasos de producción, lo cual ha generado un retraso en los embarques y por consecuencia una alteración en los plazos de entrega de acuerdo a la necesidad de los clientes. Este retraso de producción se da desde que se manda a teñir la tela, por lo que demora aproximadamente de 30 a 45 días en el teñido (considerando que el tiempo de entrega para el cliente es de 60 días) y en caso no existan inconvenientes como usualmente suele suceder, es este el punto de quiebre donde el atraso ya se hace visible y por ende se retrasa el estampado, costura y acabados de las prendas.



Figura 13: Problemas en exportaciones

Fuente: Elaboración propia

Elaboración: Autores de Tesis

El 100% de los entrevistados, también tienen conocimientos sobre los operadores logísticos, siendo estos desde el almacén, transportista, agencia de carga y la agencia de aduanas. El área de almacén se encarga de elaborar el Packing list de exportación y coordina con el área de transporte el recojo y traslado de mercadería a los almacenes y brindarle las guías y facturas al agente de aduanas para el trámite de exportación.

En cuanto al drawback y devolución del IGV, todos los entrevistados tienen conocimiento sobre los beneficios que ofrece el estado a los exportadores. Tesorería y el área de comercio exterior se encargan de recopilar las facturas de la producción (proveedores e insumos) para poder armar el expediente que el área de Contabilidad presentara a la SUNAT para obtener dicho beneficio por cada exportación que la empresa realice.

3.2. ACUERDOS COMERCIALES

Sobre la dimensión de **acuerdos comerciales**, en base a las preguntas realizadas, notamos que el 100% de los entrevistados tienen conocimiento sobre un acuerdo comercial, en su mayoría definiéndolo como acuerdos que benefician tanto al país exportador como importador.

En cuanto conocimiento sobre el TLC, todos los colaboradores conocen de este acuerdo debido a que su principal cliente es Chile (Ripley y Cencosud). Los entrevistados indican que no existen barreras en las exportaciones a su principal cliente

como Chile, pues debido al Tratado de Libre Comercio firmado con ellos, pueden ingresar sus productos sin mayor inconveniente.

En cuanto al gerente general, considera que los TLC son clave para saber a qué país apuntar para la venta de sus prendas, así mismo el tener mayor alcance en cuanto a conocimientos para el ingreso a estos nuevos países como a EEUU que es una de sus metas fijas el poder tener clientes americanos ya que ahí valoran mucho la calidad de la tela y Bullfrog Perú puede ofrecer la mejor calidad que es la del algodón pima solo necesita ese apoyo para lanzarlos a este mercado, el cual puede conseguirlo con programas de estado como los que promueve PromPerú a las exportaciones con las ferias internacionales y las capacitaciones a exportadores para estar al día de los requisitos y orientación para tenerlos.

Por otro lado, específicamente sobre las exportaciones de textiles, es necesario que el exportador envíe mandatoriamente los certificados de origen, para que el importador se acoja a los beneficios, caso contrario, este no podrá disponer de dicho beneficio y puede que afecte la negociación.

Los colaboradores indican también que las firmas de estos tratados ayudan a la empresa en su apertura comercial a otros países, lo cual incrementa las ventas y hace que su marca sea reconocida en el mercado internacional.

3.3. ACCESO AL MERCADO

Sobre la dimensión de **acceso al mercado**, los colaboradores entrevistados en su totalidad indican que los certificados de origen deberían ser un requisito mínimo para acceder a las nuevas exigencias del mercado internacional y lograr ser más competitivos en relación con otros exportadores de textiles en el mundo como China, India, entre otros. Así mismo, el requerimiento de este documento, no representa una limitación o impedimento para realizar una exportación.

Sin embargo, el Gerente General de la empresa considera que es importante que el área de comercio exterior se encargue de la emisión de este documento por cuenta propia para minimizar al máximo los costos que este implica. En la empresa existe una persona externa quien se encarga de la emisión del certificado de origen con información y facturas que el área de comercio exterior le proporciona.

Finalmente, los entrevistados concluyen en la pregunta final sobre los beneficios del certificado de origen, que en relación a su principal cliente como lo es Chile, ellos utilizan dicho documento para exonerarse de los impuestos que se tienen en el sector textil para el ingreso de mercancías en su país, es por ello que en cada embarque, el cliente los solicita.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Discusión

Quishpe. D (2016) En su tesis realizada en Ecuador “Exportación de sacos con lana de oveja a Estados Unidos”, tuvo como **objetivo** realizar un estudio sobre la exportación de sacos de lana a Estados Unidos, dando a conocer la situación laboral y económica de los productores, además de los procesos de negociación internacional para mejorar sus condiciones. Así mismo obtuvieron como **resultado** que, para dar a conocer el producto al mercado internacional, los productores decidieron mantener las tradiciones de la confección con el fin de darle un mayor dinamismo a las exportaciones y a la demanda del mercado. Los productores se acogen a los beneficios brindados por parte del estado como la exoneración total de derechos e impuestos logrando ser competitivos en el mercado. De acuerdo a los resultados de esta investigación la empresa Bullfrog Perú SAC hace uso de los beneficios que el estado peruano también brinda a las exportaciones, siendo estas el Drawback y la devolución de IGV, la cual en base a los resultados obtenidos, los colaboradores de la empresa si tienen conocimiento sobre esto ya que el área de contabilidad después de cada embarque, se encarga de solicitar a las áreas de comercio exterior y tesorería que se recolecte toda la documentación adecuada para ser presentada ante la SUNAT, también tiene conocimiento que el acogerse a estos beneficios genera competitividad a la empresa.

García y Vivero (2015) En la tesis “Diseño de un mecanismo asociativo para la Exportación de bolsos de tela elaborados artesanalmente en Otavalo hacia los Estados”, tuvo como **objetivo** el diseñar un mecanismo de exportación que les permita incrementar sus ingresos, mejorar la calidad de sus productos, así como la calidad de vida de sus colaboradores. Los **resultados** de esta investigación fueron los siguientes: Los productores no han logrado conseguir un crecimiento importante por la falta de capacitación por parte de las autoridades que beneficie al crecimiento de las exportaciones. Adicional a ello, con la investigación se ha logrado determinar un mejor mercado para las exportaciones en base a sustentabilidad administrativa y financiera para un negocio sostenible. De acuerdo a los resultados de la presente tesis podemos concluir que el conocimiento exportador juega un papel muy importante dentro de la empresa Bullfrog Perú SAC, ya que permite que todos los colaboradores sepan los objetivos y la importancia de las funciones que están realizando para ofrecer a clientes internacionales, siendo este un producto que se ha desarrollado para que cumpla los estándares de calidad internacional, lo que les permite conseguir los certificados de origen de las prendas a exportar, que son un beneficio para Bullfrog como empresa productora ya que certifica la procedencia y calidad de la prenda y a sus clientes chilenos ya que obtienen beneficios arancelarios en su país.

Lopez. M y Zazueta. B (2015) en su Artículo de la Universidad Autónoma indígena de México, tiene como **objetivo** principal analizar las fuentes de conocimiento de las empresas exportadoras de Sinaloa partiendo desde el ciclo de producción. Tiene como

resultado, que la diseminación del conocimiento es un factor esencial para la gestión del propio conocimiento y convertirlo en competencias que se diferencien de las demás empresas. El conocimiento se puede encontrar tanto en sus trabajadores como directivos, proveedores y clientes. Sin embargo, puede estar siendo desaprovechada por la limitación entre las empresas que patentan sus productos y entre las que no patentan nada. Según los resultados de esta investigación, se ha analizado y recolectado la información sobre el conocimiento exportador que los trabajadores tienen siendo en su mayoría los que están enterados de las operaciones en su proceso de exportación, estos conocimientos se han medido a través de las respuestas sobre el tipo de exportación que realizan, Incoterm que se usa para las negociaciones, operadores que intervienen en el proceso de exportación, existencia de tratados de libre comercio (TLC) con Chile que es el país en donde se encuentran sus principales clientes de exportación, conocimiento sobre los beneficios de drawback y devolución de IGV a los que se acogen ya que tiene personal que se encarga de solicitarlos por cada embarque y sobre la emisión de certificados de origen que sus clientes solicitan, todo esto permite que los colaboradores puedan realizar sus labores en base a los mismos objetivos y como empresa los distingue por la calidad y formalidad que ofrece a sus clientes internacionales.

Arribasplata. A (2020) En la tesis “Fomento de la cultura en la provincia de San Miguel, para la exportación de textiles al mercado de New York, EE. UU - 2020”, se tuvo como principal **objetivo** determinar las estrategias a fin de fomentar las exportaciones hacia New York. Los **resultados** de investigación fueron los siguientes:

Los productores de San Miguel no cuentan con grandes producciones ya que la demanda de sus productos es solo para un mercado local, por lo que la producción se realiza solo en temporadas para los diferentes clientes de su cartera. En cuanto a competitividad en el mercado, las prendas cuentan con un valor agregado porque sus prendas son hechas por lana de ovinos de la zona, además de contar con diseños exclusivos y excelente calidad. Sobre la globalización y formación del exportador, los productores afirman que no cuentan con mucho conocimiento, ya que las capacitaciones por parte del gobierno regional sobre el tema son muy escasas, por lo que están dispuestos a recibir talleres y charlas para aumentar su productividad y apertura en el mercado internacional. Según los resultados de la presente investigación, podemos concluir que uno de los problemas más repetitivos para Bullfrog es la demora y retraso en la elaboración de sus producciones lo que perjudica sus tiempos de entrega, esta demora básicamente se da porque existen retrasos en el teñido de la tela ya que pueden demorar de 30 a 45 días desde que se obtiene la materia prima. En cuanto a la competitividad, Bullfrog tiene talleres de producción que cumplen con los estándares de calidad solicitados por los clientes, y este cumplimiento es porque las auditoras en coordinación con el jefe de producción se encargan de estar actualizados de las características de prendas para exportación para poder hacer de conocimiento a los talleres , sumado a ello Bullfrog trabaja con proveedores de tela muy confiables que en varias oportunidades proporcionan los certificados correspondientes de la tan valorada tela en algodón pima peruano, el cual es muy valorada para sus clientes chilenos. Así mismo, las áreas administrativas de comercio exterior y tesorería están en conocimiento para realizar la documentación correspondiente para realizar las

exportaciones y así estas no demoren y por el contrario sean mucho más ágiles en cuanto a tiempos.

Cerna. V y Quiroz. J (2018) En la tesis “Factores limitantes para la exportación de artesanías textiles en la Asociación de Artesanos la Collpa – Porcón, Cajamarca 2017”, tuvo como principal **objetivo** estudiar los elementos que condicionan las exportaciones de los productos de la Asociación, con base en los siguientes puntos críticos: infraestructura, tecnología, factor social y económico. Este trabajo tuvo como **resultado** que la asociación no realiza investigación de mercado para poder exportar a otros países, así como la renovación de tecnologías, lo cual le permitiría renovar sus diseños y acabados del producto final. De acuerdo a los resultados de la presente tesis, en la empresa Bullfrog no se realiza investigaciones de mercados para nuevos clientes, ya que prácticamente los clientes en Chile que manejan fueron obtenidos por contactos del dueño y gerente de la empresa y posterior a ello por la negociación y muestras de los productos que realizaban. Sin embargo, el gerente general considera que sería bueno implementar estos estudios de mercados ya que quiere ampliar sus clientes internacionales y llegar a producir para marcas o empresa que se encuentren en el mercado norte americano. Así mismo, tienen como proyecto lanzar su propia marca para el mercado local, pero con miras para posicionarla en el mercado internacional pero para ello es consciente que deben de tener mucha más capacidad productiva, conocimiento en procesos de exportación ya que para cada país los temas arancelarios pueden variar por los TLC vigentes que

existan u otros tratados entre países, así también los requisitos en cuanto a certificaciones que piden otros países para el ingreso de textiles.

Floriano. E (2019) En su tesis “La cultura exportadora y la competitividad empresarial de las Pymes del distrito de san juan de Lurigancho, 2018”, tuvo como **objetivo** principal analizar si existe relación entre la cultura exportadora y la competitividad de las pymes del distrito de SJL. El **resultado** de esta investigación data que de los 46 encuestados el 43.48% han realizado estudios del mercado internacional, así como también los gerentes de las empresas vienen invirtiendo en capacitaciones para su personal y para incrementar las exportaciones. Según los resultados de la presente investigación, la gerencia general de la empresa Bullfrog Perú esta dispuesto a invertir en capacitaciones al personal para incrementar su competitividad y exportaciones a pesar de que cuenta con un personal que si tienen conocimientos básicos sobre el proceso de exportación, considera que tener mayores conocimientos sobre los diversos beneficios para las exportaciones a diferentes países, es muy productivo ya que es parte de una investigación de mercados que puede abrirle puertas a clientes potenciales que valoren la tela peruana que Bullfrog ofrece. Así mismo, tiene en miras involucrarse en ferias internacionales como las que PromPerú ofrece a los pequeños exportadores ya que es una ventana muy amplia para poder mostrar la calidad de sus productos y así obtener clientes y realizar alianzas mucho más sólidas.

4.2. Conclusiones

- La cultura exportadora se relaciona directamente con el conocimiento exportador de los trabajadores de la empresa Bullfrog Perú SAC por que al tener conocimiento sobre las exportaciones les permite saber la importancia de sus funciones ya que se relaciona directamente con el producto y gestión para clientes internacionales lo cual hace que sea una empresa más competitiva en la realización de sus prendas y frente a sus clientes.
- La cultura exportadora influyó haciendo que la empresa Bullfrog Perú SAC sepa que por el TLC vigente con Chile, ellos no tienen barreras arancelarias para realizar sus operaciones y solo necesitan por solicitud de sus clientes el emitir un certificado de origen por cada embarque que tengan el cual no genera ningún tipo de barrera de entrada para sus productos ya que realizan las producciones en base a cumplir los requisitos para solicitud de este certificado de origen.
- La cultura exportadora ayudó a que la empresa Bullfrog Perú SAC sepa que no existen barreras arancelarias para el ingreso de sus productos a Chile y que la emisión del certificado de origen sea mucho más práctico obtenerlo ya que en un principio se asesoraron y tuvieron conocimiento sobre los requisitos que deben cumplir para presentar y obtener los certificados de origen para sus prendas de exportación, siendo muy ventajoso para la empresa ya que no existen aranceles que pagar para la exportación de sus prendas y logran optimizar sus costos.

REFERENCIAS

- Analistas financieros internacionales - afi. (2020). Incoterms guías 2020. Incoterms guías 2020, 26. Bbva. Obtenido de <https://www.studocu.com/pe/document/universidad-peruana-de-ciencias-aplicadas/comercio-internacional/incoterms-2020-guia-bbva/13545012>
- Apaestegui bustamante, n., & quispe chilón , r. N. (2017). Cultura exportadora en la asociación artesanas pañon tacabambino, provincia de chota – cajamarca para la exportación de tejidos textiles artesanales al mercado de nueva york – ee.uu, 2018. Cultura exportadora en la asociación artesanas pañon tacabambino, provincia de chota – cajamarca para la exportación de tejidos textiles artesanales al mercado de nueva york – ee.uu, 2018. Cajamarca, cajamarca, peru: tesis pregrado.
- Arribasplata hernandez, a. R. (2020). Fomento de la cultura exportadora en la provincia de san miguel, para la exportación de textiles al mercado de new york - ee. Uu, 2020. Fomento de la cultura exportadora en la provincia de san miguel, para la exportación de textiles al mercado de new york - ee. Uu, 2020. Cajamarca, cajamarca, peru: tesis pregrado.
- Cerquin peña, n. (2017). Análisis del grado de desarrollo de la cultura exportadora en los productores de physalis peruviana "aguaymanto" en san pablo cajamarca 2015. Universidad privada del norte, los olivos.
- Diaz bravo, l., torruco garcia, u., martinez hernandez , m., & varela ruiz , m. (julio-setiembre de 2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. (u. N. Mexico, ed.) Investigación en educación médica, 2(7), 162-167. Recuperado el 13 de setiembre de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733228009.pdf>
- Floriano gómez, e. E. (2019). La cultura exportadora y la competitividad empresarial de las pymes del distrito de san juan de lurigancho, 2018. La cultura exportadora y la competitividad empresarial de las pymes del distrito de san juan de lurigancho, 2018. Huacho, lima, peru.
- Gobierno del Perú. (2015). Plan maestro de cultura exportadora. Lima.

Hernández sampieri, r., fernández collado, c., & baptista lucio, m. (2014). Metodología de la investigación (6ta ed.). Mexico: mcgraw-hill educación.

Huaman campoverde, y. L., & solis cervera, c. (2020). “fomento de la cultura exportadora para la exportación de banano orgánico en la asociación agropecuaria la juliana de olmos. Chiclayo, chiclayo, peru .

Icontainer. (2021). Obtenido de <https://www.icontainers.com/es/ayuda/fcl-y-lcl/>

Icontainer. (2021). Obtenido de <https://www.icontainers.com/es/ayuda/fcl-y-lcl/>

Inocente, r. L., orozco ávaloz, a., piedra habrahamshon, k., & olarte melchos, g. (2020). Analisis económico y financiero. Análisis de las exportaciones del sector textil peruano. Lima, lima, Perú: universidad san martín de porres.

International chamber of commerce. (04 de enero de 2010). Icc. Obtenido de icc: https://2go-iccwbo-org.translate.goog/icc-introduction-to-the-incoterms-2010.html?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=ajax,se,elem,sc

Medina, e. U. (julio de 2010). La revision sistematica. Obtenido de <http://www.eerp.usp.br/rlae/>

Millán lopez, n. T., & zazueta beltrán, h. G. (2015). Fuentes de conocimiento externo en las empresas exportadoras . Sinaloa, mexico .

Mincetur. (2015). Penx 2025.

Ministerio de comercio exterior y turismo. (2015). Mincetur.gob. Obtenido de mincetur.gob: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/penx_2025/penx_final_101215.pdf

Ministerio de economía y finanzas. (s.f.). Mef. Obtenido de https://www.mef.gob.pe/es/?option=com_content&language=es-es&itemid=101051&lang=es-es&view=article&id=474

Naciones unidas. (2019). Perspectivas del comercio internacional de américa latina y el caribe.

- Otzen, t., & manterola, c. (2017). Tecnicas de muestreo sobre una población de estudio. *International journal of morphology*, 35(1), 227,232. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Plataforma digital unica del estado peruano. (23 de setiembre de 2019). Gob.pe. Obtenido de [gob.pe: https://www.gob.pe/7021-drawback-tramitar-el-drawback](https://www.gob.pe/7021-drawback-tramitar-el-drawback)
- Pro córdova. (9 de noviembre de 2017). Agencia para promoción de las exportaciones. Obtenido de <https://www.procordoba.org/creando-una-conciencia-exportadora-una-mirada-mundo-externo-5671.html>
- Procolombia. (2015). A fortalecer la cultura exportadora. *El periodico de las oportunidades* - 6ta edicion, 27.
- Proesa. (2017). Proesa. Obtenido de <http://www.proesa.gob.sv/exportaciones/programas-de-apoyo/cultura-exportadora>
- Prom peru . (s.f.). Prom peru. Lima.
- Promperu. (2019). Repositorio promperu. Obtenido de repositorio promperu: https://iirsanorte.promperu.gob.pe/uploads/capitulo_3__operadores_logsticos.pdf
- Promperu. (09 de 2020). Drawback. Simplificda de derchos arancelarios . Lima, lima, peru: promperu. Obtenido de repositorio promperu: <https://repositorio.promperu.gob.pe/handle/123456789/4101>
- Prompperu. (2020). Devolucion del igv para exportadores. Devolucion del igv para exportadores. Lima, lima, peru: repositorio promperu.
- Sanguineti asencios, i. (12 de setiembre de 2018). Repositorio de promperu. Obtenido de repositorio de promperu: https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/3573/incoterms_2010_aplicaciones_casos_pr%c3%a1cticos_2018_keyword_principal.pdf?sequence=1&isallowed=y
- Sergio saravia, e. (octubre de 2015). Factores determinantes de la competitividad empresarial en la plata, berisso y ensenada. *La plata, argentina* .
- Sistema integrado de informacion de comercio exterior siicex. (25 de agosto de 2021). Siicex. Obtenido de siicex:

https://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5es.asp?scriptdo=cc_glosario&pletra=e&pnum pagina=3&_portletid_=sglosario&_page_=155.00000

Sunat. (2008). Artículo 34° saldo a favor del exportador. T.u.o. de la ley de igv e isc de las exportaciones. Lima, peru, peru.

Sunat. (16 de 9 de 2018). Ley general de aduanas. Titulo ii - operador de comercio exterior. Lima, lima, peru.

Sunat. (agosto de 2021). Sunat. Obtenido de sunat: <https://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/index.html>

Tene cedeño, r. L. (marzo de 2021). La cultura exportadora de las pymes productoras de pulpa. Guayaquil, guayaquil, ecuador.

Universidad esan. (25 de marzo de 2021). Universidad esan. Obtenido de universidad esan : <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2021/03/que-regimenes-de-exportacion-existen-en-el-peru-1/>

Urtega alfaro, c. C., & jaeger yturbe, m. D. (2017). Fomento de la cultura exportadora en los productores de mango de motupe - lambayeque para la exportacion de pulpa de mango al sector de los helados artesanales al mercado español 2017. Cajamarca, cajamarca, peru.

ANEXOS

ANEXO N.º 1. CUADRO MATRIZ DE CONSISTENCIA

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE	METODOLOGÍA
<p>Problema General:</p> <p>¿Cuál fue el nivel de cultura exportadora en la empresa BULLFROG PERU SAC en el año 2019?</p> <p>Problemas específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿De qué manera se relacionó la cultura exportadora con el conocimiento exportador en la empresa BULLFROG PERU SAC? - ¿De qué manera influyó la cultura exportadora en el uso de los Acuerdos comerciales en la empresa BULLFROG PERU SAC? - ¿Cómo la cultura exportadora ayudó a la eliminación o reducción de barreras arancelarias y no arancelarias a la empresa BULLFROG PERU SAC? 	<p>Objetivo General:</p> <p>Identificar el nivel de la cultura exportadora de los trabajadores de la empresa BULLFROG PERU S.A.C, 2019 el objetivo general.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar la relación de cultura exportadora con el conocimiento exportador en la empresa BULLFROG PERU S.A.C - Conocer de qué manera influye la cultura exportadora en el uso de los Acuerdos Comerciales en la empresa BULLFROG PERU S.A.C. - Explicar cómo la cultura exportadora ayuda a la eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias en la empresa BULLFROG PERU S.A.C. 	<p>Nivel de la Cultura Exportadora:</p> <p>La cultura exportadora se define como el conjunto de conocimientos en el comercio exterior para realizar actividades con fines comerciales en el mercado internacional. Este conjunto de conocimientos permite que las operaciones en el comercio exterior sean más sencillas de realizar y que promuevan a los nuevos exportadores a iniciar operaciones de comercio en el exterior. (Gobierno del Perú, 2015)</p>	<p>Enfoque cualitativo: tiene como propósito examinar y comprender los fenómenos que suceden en un ambiente neutral, se recomienda este enfoque de investigación cuando el tema de investigación es poco explorado.</p> <p>Alcance descriptivo: busca describir y especificar con mayor precisión una realidad. Suele basarse no solo en data primaria, si no secundaria. Para la recolección de datos suele utilizarse un cuestionario estructurado, pruebas o guías de observación y entrevista para medir la variable.</p> <p>Diseño no experimental transversal: solo se observará los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. La recolección de datos se lleva en un único momento (tiempo) describiendo variables y su incidencia de interrelación en un momento dado. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).</p>

ANEXO N°. 2 CUADRO DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLE

OPERACIONALIZACION DE LA VARIABLE

VARIABLE NOMINAL	DEFINICION DE LA VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	TECNICAS E INSTRUMENTOS
NIVEL DE CULTURA EXPORTADORA	(Gobierno del Perú, 2015) La cultura exportadora se define como el conjunto de conocimientos en el comercio exterior para realizar actividades con fines comerciales en el mercado internacional. Este conjunto de conocimientos permite que las operaciones en el comercio exterior sean más sencillas de realizar y que promuevan a los nuevos exportadores a iniciar operaciones de comercio en el exterior.	Conocimiento exportador Acuerdos comerciales Acceso al mercado	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento del Régimen de exportación - Incoterms 2010. - Operadores Logísticos - Beneficios al exportador.(Drawback y devolución del IGV) - Tratados de libre comercio - Acuerdo regionales. - Acuerdos bilaterales Barreras arancelarias: <ul style="list-style-type: none"> - ADV - Derechos Especificos Barreras No Arancelarias: <ul style="list-style-type: none"> - Certificados (origen, de calidad) 	ENTREVISTA Y GUIA DE ENTREVISTA

ANEXO N°. 3 GUIA DE ENTREVISTA

GUIA DE ENTREVISTA PARA COLABORADORES DE BULLFROG PERU SAC

Buenos días (tardes):

La entrevista a realizarse es para nuestra tesis “Nivel de cultura exportadora de la empresa Bullfrog Perú SAC en el año 2019” en la facultad de Negocios de la Universidad Privada del Norte.

Estamos realizando esta investigación con la finalidad de obtener información respecto al nivel de conocimientos que pueda tener sobre la cultura exportadora en la empresa.

Quisiéramos pedir tu ayuda para que contestes algunas preguntas que no tomaran mucho tiempo. Las preguntas y respuestas de esta entrevista son de carácter confidencial y solo se usarán para propósitos de esta investigación. De antemano, agradecemos su colaboración.

Fecha: 06-09-2021 Hora: 7:00PM
Empresa: BULLFROG PERU S.A.C
Persona entrevistada: Christian Huamán Chacón
Función: Jefe de producción y logística
Entrevistador(es): Arauco Tapia Rocio, Audante Andrade Anggy

1. ¿Usted tiene conocimiento sobre la cultura exportadora y su objetivo dentro de una empresa?
2. ¿Sabe usted que regímenes o tipos de exportación existen o emplea la empresa para sus exportaciones?
3. ¿Me podría mencionar que INCOTERMS utilizaba en la exportación marítima y por qué?
4. ¿Sabe usted que operadores participan como parte del proceso de exportación?
5. ¿Puede comentarme cual ha sido el problema más común durante una exportación?
6. ¿Podría decirme si usted conoce y hace uso los beneficios del Drawback y devolución del IGV que por ser exportador el estado les brinda?
7. ¿Sabemos que su principal cliente extranjero es Chile, sabe usted que barreras tiene el exportar a este país?
8. ¿Tiene conocimientos sobre los TLC para que se usa y en que beneficia?
9. ¿Considera usted que los certificados de origen o calidad sean un impedimento para realizar la exportación?
10. ¿Sabe cuál es el beneficio del certificado de origen?

ANEXO N°. 4 VALIDACION DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN A MG. HERNAN ALFREDO MARTIN VARGAS LLONTOP



SOLICITO: Validación de instrumento de investigación

Mg. HERNAN ALFREDO MARTIN VARGAS LLONTOP

Nosotras, Rocio Alejandra Arauco Tapía y Anggy Dominique Audante Andrade, integrantes del Curso/Taller de asesoría de Tesis de la carrera de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte, nos dirigimos respetuosamente para expresarle lo siguiente:

Que siendo necesario contar con la validación de los instrumentos para recolectar datos que me permitan contrastar las hipótesis propuestas en mi trabajo de investigación para la tesis titulada: "Nivel de cultura exportadora de la empresa Bullfrog Peru SAC en el año 2019"

Solicito a Ud, tenga a bien validar como juez experto en el tema, para ello acompaño los documentos siguientes:

1. Informe de validación del instrumento.
2. Matriz de consistencia.
3. Operacionalización de las variables.
4. Cuestionarios de la empresa a validar.

Le agradezco anticipadamente por la atención a la presente solicitud.

Atentamente,

Lima, 06 de septiembre del 2021

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del validador: HERNAN ALFREDO MARTIN VARGAS LLONTOP
 1.2. Grado Académico: Magíster
 1.3. Institución donde labora: SAN MIGUEL INDUSTRIAS PET - SMI
 1.3.1. Especialidad del validador: ADMINISTRACIÓN
 1.3.2. Título de la investigación: Nivel de cultura exportadora de la empresa Bullfrog Peru SAC en el año 2019
 1.3.3. Autor del Instrumento: Bach. Arauco Tapia Rocio Alejandra y Bach. Audante Andrade Anggy Dominique
 1.3.4. Instrumento 1 (Variable 1): Nivel de Cultura Exportadora

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PERTINENCIA DE LOS ITEMS - VARIABLE: NIVEL DE CULTURA EXPORTADORA

Items	Escala	0-25 No pertenece	26-50 Probablemente no pertenece	51-75 Probablemente sí pertenece	76-100 Sí pertenece	Observaciones
DIMENSION 1: CONOCIMIENTO EXPORTADOR						
1. Conocimiento del régimen de exportación					X	SIN OBSERVACIONES
2. Incoterms 2010					X	SIN OBSERVACIONES
3. Operadores logísticos					X	SIN OBSERVACIONES
4. Beneficios al exportador (Drawback y Devolución del IGV)					X	SIN OBSERVACIONES
DIMENSION 2 ACUERDOS COMERCIALES						
4. Tratados de libre comercio					X	SIN OBSERVACIONES
5. Acuerdos regionales					X	SIN OBSERVACIONES
6. Acuerdos bilaterales					X	SIN OBSERVACIONES
DIMENSION 3 ACCESO AL MERCADO						
7. Barreras arancelarias (ADV, Derechos específicos)					X	SIN OBSERVACIONES
8. Barreras no arancelarias (certificados de origen, calidad)					X	SIN OBSERVACIONES

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100%

1.3.5. ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
5. SUFICIENCIA	Cubre los aspectos en cantidad y calidad					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					X
8. COHERENCIA	Entre los ítems, indicadores y las dimensiones.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					X

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100% OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

La Molina, 06 de setiembre del 2021


 Firma del Experto Informante
 -DNI: N° 07387121
 Teléfono 975192522

**ANEXO N.º 5 VALIDACION DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN A MG.
ENRIQUE MIRKO GONZALES ANAMPA**



SOLICITO: Validación de instrumento de investigación

Mg. Enrique Mirko Gonzales Anampa.

Nosotras, Rocio Alejandra Arauco Tapia y Anggy Dominique Audante Andrade, Integrantes del Curso/Taller de asesoría de Tesis de la carrera de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte, nos dirigimos respetuosamente para expresarle lo siguiente:

Que siendo necesario contar con la validación de los instrumentos para recolectar datos que me permitan contrastar las hipótesis propuestas en mi trabajo de investigación para la tesis titulada: "Nivel de cultura exportadora de la empresa Bullfrog Peru SAC en el año 2019"

Solicito a Ud. tenga a bien validar como juez experto en el tema, para ello acompaño los documentos siguientes:

1. Informe de validación del instrumento.
2. Matriz de consistencia.
3. Operacionalización de las variables.
4. Cuestionarios de la empresa a validar.

Le agradezco anticipadamente por la atención a la presente solicitud.

Atentamente,

Lima, 03 de setiembre del 2021

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y nombres del validador: Enrique Mirko Gonzales Anampa.
 1.2. Grado Académico: Mg. Economía y Gestión de los procesos de globalización.
 1.3. Institución donde labora: UPN-Postgrado.
 1.3.1. Especialidad del validador: Negocios Internacionales
 1.3.2. Título de la investigación: Nivel de cultura exportadora de la empresa Bullfrog Peru SAC en el año 2019
 1.3.3. Autor del Instrumento: Bach. Arauco Tapia Rocio Alejandra y Bach. Ajudante Andrade Anggy Dominique
 1.3.4. Instrumento 1 (Variable 1): Nivel de Cultura Exportadora

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PERTINENCIA DE LOS ITEMS - VARIABLE: NIVEL DE CULTURA EXPORTADORA

Items	Escala	0-25 No pertinencia	26-50 Probablemente no pertinencia	51-75 Probablemente sí pertinencia	76-100 Sí pertinencia	Observaciones
DIMENSION 1: CONOCIMIENTO EXPORTADOR						
1. Conocimiento del régimen de exportación					X	
2. Incoterms 2010					X	
3. Operadores logísticos					X	
4. Beneficios al exportador (Drawback y Devolución del IGV)					X	
DIMENSION 2 ACUERDOS COMERCIALES						
4. Tratados de libre comercio					X	
5. Acuerdos regionales					X	
6. Acuerdos bilaterales					X	
DIMENSION 3 ACCESO AL MERCADO						
7. Barreras arancelarias (ADV, Derechos específicos)					X	
8. Barreras no arancelarias (certificados de origen, calidad)					X	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 95%

1.3.5. ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

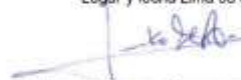
INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61- 80%	Excelente (entre 81-100%)
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
5. SUFFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos técnico-científicos.					X
8. COHERENCIA	Entre los ítems, indicadores y las dimensiones.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					X
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					X

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 95% OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha Lima 03 de setiembre del 2021



Firma del Experto Informante.
 DNI. N° 40734099
 Teléfono N° 989599735

ANEXO N°. 6 VALIDACION DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN A MG. JAVIER VILLAR LUZURIAGA



SOLICITO: Validación de instrumento de investigación

Mg . J a v i e r V i l l a r L u z u r i a g a

Nosotras, Rocio Alejandra Arauco Tapia y Anggy Dominique Audante Andrade, Integrantes del Curso/Taller de asesoría de Tesis de la carrera de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte, nos dirigimos respetuosamente para expresarle lo siguiente:

Que siendo necesario contar con la validación de los instrumentos para recolectar datos que me permitan contrastar las hipótesis propuestas en mi trabajo de investigación para la tesis titulada: "Nivel de cultura exportadora de la empresa Bullfrog Peru SAC en el año 2019"

Solicito a Ud. tenga a bien validar como juez experto en el tema, para ello acompaño los documentos siguientes:

1. Informe de validación del instrumento.
2. Matriz de consistencia.
3. Operacionalización de las variables.
4. Cuestionarios de la empresa a validar.

Le agradezco anticipadamente por la atención a la presente solicitud.

Atentamente,

Lima, 05 de setiembre del 2021

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del validador: Javier Villar Luzuriaga
- 1.2. Grado Académico: Mg. Dirección de comercio Internacional
- 1.3. Institución donde labora: NAWABRIND TECHNOLOGIES S.L. País Vasco, España
 - 1.3.1. Especialidad del validador: Logística y planificación
 - 1.3.2. Título de la investigación: Nivel de cultura exportadora de la empresa Bullfrog Peru SAC en el año 2019
 - 1.3.3. Autor del Instrumento: Bach. Arauco Tapia Rocio Alejandra y Bach. Audante Andrade Anggy Dominique
 - 1.3.4. Instrumento 1 (Variable 1): Nivel de Cultura Exportadora

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PERTINENCIA DE LOS ITEMS - VARIABLE: NIVEL DE CULTURA EXPORTADORA

Items	Escala	0-25 No pertenece	25-50 Probablemente no pertenece	51-75 Probablemente al pertenece	76-100 Si pertenece	Observaciones
DIMENSION 1: CONOCIMIENTO EXPORTADOR						
1. Conocimiento del régimen de exportación					X	
2. Incoterms 2010					X	
3. Operadores logísticos				X		
4. Beneficios al exportador (Drawback y Devolución del ICV)				X		
DIMENSION 2: ACUERDOS COMERCIALES						
4. Tratados de libre comercio				X		
5. Acuerdos regionales					X	
6. Acuerdos bilaterales					X	
DIMENSION 3: ACCESO AL MERCADO						
7. Barreras arancelarias (ADV, Derechos específicos)				X		
8. Barreras no arancelarias (certificados de origen, calidad)				X		

PROMEDIO DE VALORACIÓN:80...%

1.3.5. ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61- 80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.			X		
5. SUFFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos			X		
8. COHERENCIA	Entre los ítems, indicadores y las dimensiones.				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				X	
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación					X

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 90.....% OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.


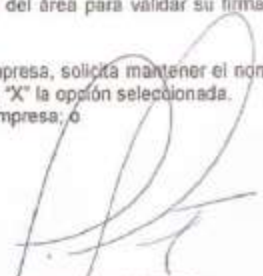

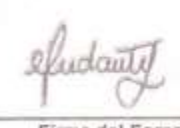
El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha Lima 05 de setiembre del 2021

J

Firma del Experto Informante. CE
N 001196612
Teléfono N 34 617 24 42 89

ANEXO N°. 7 AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA					
<p>Yo CLAUDIO CENTURION BENAVENTE, identificado con DNI 41521939, en mi calidad de REPRESENTANTE LEGAL del área de GERENCIA de la empresa/institución BULLFROG PERU SAC con R.U.C N° 20538673839, ubicada en la ciudad de Lima.</p>					
<p>OTORGO LA AUTORIZACIÓN,</p>					
<p>A las señoras Rocio Alejandra Arauco Tapia, identificado con DNI N°75663991 y Anggy Dominique Audarite Andrade, identificada con DNI N°72535918 egresado de la <input checked="" type="checkbox"/> Carrera profesional o <input type="checkbox"/> Programa de Postgrado de Administración y Negocios Internacionales para que utilice la siguiente información de la empresa:</p>					
<p>Documentos de Exportación, clientes internacionales, datos de colaboradores y procesos de producción con la finalidad de que pueda desarrollar su <input type="checkbox"/> Trabajo de Investigación, <input checked="" type="checkbox"/> Tesis o <input type="checkbox"/> Trabajo de suficiencia profesional para optar al grado de <input type="checkbox"/> Bachiller, <input type="checkbox"/> Maestro, <input type="checkbox"/> Doctor o <input checked="" type="checkbox"/> Título Profesional.</p>					
<p>Recuerda que para el trámite deberás adjuntar también, el siguiente requisito según tipo de empresa:</p>					
<ul style="list-style-type: none">• Vigencia de Poder. <i>(para el caso de empresas privadas)</i>• ROF / MOF / Resolución de designación, u otro documento que evidencie que el firmante está facultado para autorizar el uso de la información de la organización. <i>(para el caso de empresas públicas)</i>• Copia del DNI del Representante Legal o Representante del área para validar su firma en el formato.					
<p>Indicar si el Representante que autoriza la información de la empresa, solicita mantener el nombre o cualquier distintivo de la empresa en reserva, marcando con una "X" la opción seleccionada.</p>					
<p><input type="checkbox"/> Mantener en Reserva el nombre o cualquier distintivo de la empresa, o</p>					
<p><input checked="" type="checkbox"/> Mencionar el nombre de la empresa.</p>					
					
<p>CLAUDIO CENTURION BENAVENTE Gerente General BULLFROG PERU SAC</p>					
<p>Firma y sello del Representante Legal o Representante del área DNI:41521939</p>					
<p>El Egresado/Bachiller declara que los datos emitidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación, en la Tesis son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Egresado será sometido al inicio del procedimiento disciplinario correspondiente, asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.</p>					
					
<p>Firma del Egresado DNI: 75663991</p>					
					
<p>Firma del Egresado DNI: 72535918</p>					
CÓDIGO DE DOCUMENTO	CCR-F-REC-VAC-05-04	NÚMERO VERSIÓN	07	PÁGINA	Página 1 de 1
FECHA DE VIGENCIA	21/09/2020				

ANEXO N°. 8 TRANSCRIPCIÓN ENTREVISTA A PHOL MERCADO

Fecha: 09-09-2021

Hora: 5:30PM

Empresa: BULLFROG PERU S.A.C

Persona entrevistada: Jorge Phool Mercado Chiriboga

Función: Contador

Entrevistador(es): Arauco Tapia Rocio, Audante Andrade Anggy

1. ¿Usted tiene conocimiento sobre la cultura exportadora y su objetivo dentro de una empresa?

Entiendo que por cultura exportadora te refieres a exportaciones e importaciones como tal. Bueno no es un tema sinceramente de mi especialidad, pero eso sí, me encuentro involucrado, ya que soy la persona que lleva la contabilidad general de la empresa, entre ellos todos los ingresos y egresos por las operaciones de acuerdo. Creo que el objetivo de la cultura exportadora como tal en la empresa es generar mayores ingresos a través de las ventas por exportaciones.

2. ¿Sabe usted que regímenes o tipos de exportación existen o emplea la empresa para sus exportaciones?

Solo tengo conocimiento de un solo tipo de exportación que creo que es la definitiva y bueno esa es la que implementamos en la empresa.

3. ¿Me podría mencionar que INCOTERMS utilizaba en la exportación marítima y por qué?

Nosotros utilizamos un FOB, porque de esa manera evitamos que el costo del flete pueda alterar nuestros precios súper competitivos en el mercado respecto a los productos que ofrecemos.

4. ¿Sabe usted que operadores participan como parte del proceso de exportación?

Bueno no soy muy experto en el tema, pero entiendo que es el agente de carga y de aduanas quienes participan como operadores logísticos.

5. ¿Puede comentarme cual ha sido el problema más común durante una exportación?

Bueno creo que el problema más común es cuando no hemos alcanzado la fecha de entrega en el almacén para las exportaciones, a veces por temas de producción.

6. ¿Podría decirme si usted conoce y hace uso los beneficios del Drawback y devolución del IGV que por ser exportador el estado les brinda?

Por supuesto chicas, soy la persona que ingresa el expediente a SUNAT para el Drawback y devolución d IGV. Bueno el beneficio en pocas palabras es que el estado o en este caso específico la SUNAT es la devolución de un porcentaje del valor FOB exportado. Bueno en nuestro caso esa devolución se da a través de un cheque emitido por SUNAT a BULLFROG.

7. ¿Sabemos que su principal cliente extranjero es Chile, sabe usted que barreras tiene el exportar a este país?

Entiendo que por el tratado de libre comercio no tenemos ningún tipo de barreras de exportación con Chile.

8. ¿Tiene conocimientos sobre los TLC que ha firmado el Perú? ¿Sabe cómo podrían beneficiar a su empresa y hacen uso de ellos?

De algunos de pronto si, diría yo los más comunes como el de Chile, USA, Mercosur, aunque creo que ese es un acuerdo comercial. Bueno creo que podrían mejorar para nosotros en la reducción de algunos insumos que importamos desde esos países para la elaboración de prendas, que también nos beneficia en el Drawback.

9. ¿Considera usted que los certificados de origen o calidad sean un impedimento para realizar la exportación?

Claro que no, toda empresa debe contar con esas certificaciones independientemente del rubro en el que se encuentren. Es más, considero que es un requisito mínimo de exportación para abrirnos a nuevos mercados internacionales, es importante cumplir ciertos lineamientos y exigencias del mercado internacional.

10. ¿Sabe cuál es el beneficio del certificado de origen?

Bueno, te hablo específicamente del que emitimos para Chile. Con ese certificado nuestro cliente se exonera de los impuestos que tiene que pagar por ser producto textil en aduanas de acuerdo al TLC que tenemos con ellos, creo que ese es el beneficio más grande.

ANEXO N°. 9 TRANSCRIPCION ENTREVISTA A CHRISTIAN HUAMAN

Fecha: 08-09-2021

Hora: 7:30PM

Empresa: BULLFROG PERU S.A.C

Persona entrevistada: Christian Huamán Chacón

Función: Jefe de Producción y Logística

Entrevistador(es): Arauco Tapia Rocio, Audante Andrade Anggy

1. ¿Usted tiene conocimiento sobre la cultura exportadora y su objetivo dentro de una empresa?

Bueno, entiendo que la cultura exportadora en una empresa trata sobre las actividades que pueden realizar con relación a las exportaciones ¿no? Se ve el tema de impuestos, aranceles y todos los trámites y operaciones que se requieren para realizar las exportaciones o importaciones y para Bullfrog es importante porque si se domina esto pues tendremos más oportunidades de realizar más pedidos, en menos tiempo, ahorrando costos que es lo que se busca.

2. ¿Sabe usted que regímenes o tipos de exportación existen o emplea la empresa para sus exportaciones?

Aquí si no se mucho ya que son términos más de comex, pero por regímenes entiendo que pueden ser las tasas, aranceles y reglamentos a lo mejor que permiten que se realice cierto tipo de exportaciones, porque no debe ser lo mismo exportar prendas de vestir como nosotros, que exportar alimentos u otros materiales.

3. ¿Me podría mencionar que INCOTERMS utilizaba en la exportación marítima y por qué?

Nuevamente no estoy muy seguro ni tengo mucho conocimiento sobre los incoterms que se usen, pero se obviamente que va relacionado directamente a las negociaciones de las exportaciones.

4. ¿Sabe usted que operadores participan como parte del proceso de exportación?

Claro, durante el proceso de exportación quienes participan pues comienza desde el transportista, luego el despachador que recibe la carga en los almacenes o puertos, la

agencia de carga o aduanas y bueno todas las personas que estén los puertos ya que ellos realizan todas las gestiones para que la carga salga del país.

5. ¿Puede comentarme cual ha sido el problema más común durante una exportación?

Yo creo que el problema más grave que hemos tenido que fue producto también de una demora en producción, estábamos súper al límite de la fecha nuestro Packing estuvo bien específico con tamaño y dimensiones pero nos enviaron un contenedor muy pequeño para la cantidad de cajas que debía entrar y no pudimos despachar ese contenedor en la fecha necesaria y tuvo que irse en despacho parcial, ósea que primero se fue un contenedor y luego otro, pero claro todo por raíz de estar súper ajustados en tiempos y por error de los que nos proporcionaron el contenedor sabiendo las dimensiones.

6. ¿Podría decirme si usted conoce y hace uso los beneficios del Drawback y devolución del IGV que por ser exportador el estado les brinda?

Claro chicas, sé que Bullfrog recibe el Drawback y el igtv después de despachar y bueno esto creo que es como un beneficio que se le da a los exportadores.

7. ¿Sabemos que su principal cliente extranjero es Chile, sabe usted que barreras tiene el exportar a este país?

Si, nuestro principal comprador es Chile, barreras en sí sé que el tema quizá de impuestos, los certificados de origen que se tramitan por cada despacho y bueno más conocimiento de ello no sabría decirles

8. ¿Tiene conocimientos sobre los TLC que ha firmado el Peru? ¿Sabe cómo podrían beneficiar a su empresa y hacen uso de ellos?

Sé que son como acuerdos o bueno tratados entre países, algunos que Perú tiene por ejemplo con Chile sé que tenemos un tratado vigente.

9. ¿Considera usted que los certificados de origen o calidad sean un impedimento para realizar la exportación?

No, la verdad no creo que sea un impedimento para nosotros, hasta ahora no lo ha sido y yo estoy seguro que es porque nuestros producto y operaciones cumplen con los requisitos y aparte que lo gestionan siempre con tiempo.

10. ¿Sabe cuál es el beneficio del certificado de origen?

El beneficio en sí, entiendo que es para el importador, o sea Chile en nuestro caso ya que ellos nos lo solicitan y nosotros bueno pagamos para tenerlo, para ellos (importadores) esto

tengo entendido que les ayuda con la reducción de los impuestos que pagan al recibir la carga.

ANEXO N°. 10 TRANSCRIPCIÓN ENTREVISTA MICHELLE HOPHMAN

Fecha: 10-09-2021

Hora: 9:00AM

Empresa: BULLFROG PERU S.A.C

Persona entrevistada: Michelle Hophman

Función: Gerencia de Finanzas

Entrevistador(es): Arauco Tapia Rocio, Audante Andrade Anggy

1. ¿Usted tiene conocimiento sobre la cultura exportadora y su objetivo dentro de una empresa?

Cultura exportadora, si no me equivoco estamos hablando de los conocimientos o mejor dicho de lo que englobe las operaciones, procesos, personas que conformen toda la cadena de exportación que permiten a la empresa un mejor rendimiento en sus exportaciones. Dicho esto, en mi opinión el objetivo sería promover el número y calidad de las exportaciones

2. ¿Sabe usted que regímenes o tipos de exportación existen o emplea la empresa para sus exportaciones?

Pucha, en tema de regímenes si no tengo el conocimiento exacto, sé que realizamos exportaciones en las que vendes el producto a un cliente en el exterior y ya. Pero de hecho si me imagino que hay diversidad de tipos de expo ya que para cada producto según su naturaleza pues estos cambia.

3. ¿Me podría mencionar que INCOTERMS utilizaba en la exportación marítima y por qué?

Nosotros usamos el FOB, básicamente por un tema que ya se negocia con el cliente, a ellos les conviene y a nosotros igual ya que cada parte cumple con los gastos que le corresponden.

4. ¿Sabe usted que operadores participan como parte del proceso de exportación?

Bueno todo comienza en si cuando la mercancía ya está lista para despachar y con esto me refiero a que el mismo rotulado o empaque de la mercancía es especial para exportación, luego el traslado para los almacenes ahí participa el transportista, en algunos casos sé que implementan brokers (no estoy segura que sea un operador), los operarios en aduanas, en los almacenes y todas las gestiones en adunas básicamente ya sea aquí en origen como en destino.

5. ¿Puede comentarme cual ha sido el problema más común durante una exportación?

Creo que siempre nuestro problema es que hay retrasos en las producciones lo cual repercute en los tiempos que tenemos para entregar la carga ya que nosotros trabajamos con cartas de créditos y estas tienen un fecha límite que si no cumplimos pues hay costes que son extras.

6. ¿Podría decirme si usted conoce y hace uso los beneficios del Drawback y devolución del IGV que por ser exportador el estado les brinda?

Por supuesto, para todas nuestras exportaciones hacemos uso o bueno beneficio del drawback y la devolución del igr lógicamente, porque nosotros pagamos impuestos aquí para producir la mercancía que se exporta, y por ser exportación pues esto no se contempla, entonces después de los despacho se procede a solicitar esta devolución y bueno el drawback en si es tipo un beneficio para las empresas exportadoras es como una “motivación” para seguir exportando que son porcentajes pequeños pero muchas veces nos sirve de mucha ayuda.

7. ¿Sabemos que su principal cliente extranjero es Chile, sabe usted que barreras tiene el exportar a este país?

Claro, chile es el principal comprador. De hecho no, no tenemos barreras en si para nuestro producto pues no es muy estricto ya que tenemos tratados con Chile que permiten una entrada de productos mucho más flexibles.

8. ¿Tiene conocimientos sobre los TLC que ha firmado el Perú? ¿Sabe cómo podrían beneficiar a su empresa y hacen uso de ellos?

Claro, justamente son tratados que benefician la entrada de los productos entre dos países en este caso de los países que firman este acuerdo. Y nos beneficia como ya lo dije, pues con la reducción de aranceles, sin tantas certificaciones, con Chile el único certificado que nos piden es el de origen y ese lo sacamos sin problemas

9. ¿Considera usted que los certificados de origen o calidad sean un impedimento para realizar la exportación?

Para nada, son certificados que se solicitan por cada despacho que comprueban que efectivamente las prendas que fabricamos son en Perú y con insumos peruanos, se presenta la información requerida y como la tenemos pues es fácil de obtener.

10. ¿Sabe cuál es el beneficio del certificado de origen?

Claro, el beneficio para nosotros es que damos o bueno producimos productos de calidad con insumos peruanos en nuestro rubro de textiles esto es muy importante, y para el cliente pues esto les ayuda básicamente al tema de no pagar impuestos allá en Chile ya que por el tema del TLC esto pues les ayuda un montón.

ANEXO N°. 11 TRANSCRIPCION ENTREVISTA 4

Fecha: 11-09-2021

Hora: 9:00AM

Empresa: BULLFROG PERU S.A.C

Persona entrevistada: Eva Cavero

Función: Tesorería

Entrevistador(es): Arauco Tapia Rocio, Audante Andrade Anggy

1. ¿Usted tiene conocimiento sobre la cultura exportadora y su objetivo dentro de una empresa?

Supongo que cultura exportadora se refiere a todos los conocimientos sobre las exportaciones y bueno creo que su objetivo en las empresas es llevar un buen proceso de exportación sin errores por supuesto.

2. ¿Sabe usted que regímenes o tipos de exportación existen o emplea la empresa para sus exportaciones?

No sé si existirán más tipos de exportación pero creo que nosotros usamos la definitiva.

3. ¿Me podría mencionar que INCOTERMS utilizaba en la exportación marítima y por qué?

Bueno utilizamos el FOB, entiendo que es para ahorrarnos la gestión de contratar el transporte, además es lo que el cliente decide.

4. ¿Sabe usted que operadores participan como parte del proceso de exportación?

Bueno entiendo por operadores como todos aquellos involucrados en el proceso, no estoy segura, pero en caso de ser así tendríamos al almacén quienes se encargan de despachar de acuerdo a las especificaciones de los clientes, al transportista y a nuestro agente de aduanas.

5. ¿Puede comentarme cual ha sido el problema más común durante una exportación?

Definitivamente las veces que hemos perdido booking por algún problema en la producción o transporte, que a veces son ajenas a nosotros claro como cuando se avería el camión y así.

6. ¿Podría decirme si usted conoce y hace uso los beneficios del Drawback y devolución del IGV que por ser exportador el estado les brinda?

Claro, es la devolución de un porcentaje de la venta. De hecho a los inicios de BULLFROG era la persona encargada de armar los expedientes para ingresarlos a SUNAT.

7. ¿Sabemos que su principal cliente extranjero es Chile, sabe usted que barreras tiene el exportar a este país?

Si, Chile es uno de nuestros clientes más importantes. No existen barreras para exportar a Chile, gracias al tratado que se tiene con ese país.

8. ¿Tiene conocimientos sobre los TLC que ha firmado el Perú? ¿Sabe cómo podrían beneficiar a su empresa y hacen uso de ellos?

Conozco algunos no todos, pero lo que si estoy segura es que nos ayuda muchísimo a reducir las restricciones de ingreso a un nuevo mercado, que finalmente es uno de los objetivos de la empresa, el ser reconocidos internacionalmente.

9. ¿Considera usted que los certificados de origen o calidad sean un impedimento para realizar la exportación?

Claro que no, en realidad es un documento de fácil acceso, es decir no tiene mayor complicación claro cuando la empresa puede cumplir ese requisito.

10. ¿Sabe cuál es el beneficio del certificado de origen?

Si claro, usualmente nuestro cliente lo utiliza para exonerarse de los impuestos que tendrías que pagar en caso de no contar con este documento.

ANEXO N°. 12 TRANSCRIPCIÓN ENTREVISTA 5

Fecha: 11-09-2021 Hora: 9:00AM

Empresa: BULLFROG PERU S.A.C

Persona entrevistada: Claudio Centurión

Función: Gerencia General

Entrevistador(es): Arauco Tapia Rocio, Audante Andrade Anggy

1. ¿Usted tiene conocimiento sobre la cultura exportadora y su objetivo dentro de una empresa?

Claro Dominique, entiendo por cultura exportadora todos los conocimientos que esta implica, como la venta FOB, certificados, permisos, etc. Por supuesto que el objetivo de la empresa es a través de la cultura exportadora generar mayores ventas y por lo tanto mayores ingresos.

2. ¿Sabe usted que regímenes o tipos de exportación existen o emplea la empresa para sus exportaciones?

Me parece que hay dos tipos, la temporal que entiendo que es para que se realice una transformación al bien y la definitiva que es la que nosotros usamos, ya que lo que exportamos es para uso de los consumidores en Chile.

3. ¿Me podría mencionar que INCOTERMS utilizaba en la exportación marítima y por qué?

Bueno para temas comerciales, utilizamos el FOB que es lo más común con nuestros clientes, pero en realidad nos acomodamos a la necesidad del cliente, yo como comercial no tengo ningún problema en cotizar en otro incoterm.

4. ¿Sabe usted que operadores participan como parte del proceso de exportación?

Claro Dominique. Los operadores que participan son desde el almacén y me refiero a almacenes portuarios que son donde reciben muchas veces nuestra carga suelta para luego llenarlas en un contenedor compartido, luego esta el transportista, agente de carga y agente de aduanas.

5. ¿Puede comentarme cual ha sido el problema más común durante una exportación?

Uff, lo más usual es que la producción se atrase por un problema desde teñido de la tela que es lo más común. Y bueno, como sabrás, esto es una cadena así que si se atrasa el teñido, se atrasa la costura, estampado y acabados y ni que decir con los días que los chicos de demoran en el embalaje y rotulación de nuestros productos. Así que prácticamente es eso la demora que a veces tenemos en las producciones.

6. ¿Podría decirme si usted conoce y hace uso los beneficios del Drawback y devolución del IGV que por ser exportador el estado les brinda?

Claro, es la devolución de un porcentaje de nuestras ventas. De hecho, como exportadores nos acogemos a todos los beneficios que tenemos con el estado.

7. ¿Sabemos que su principal cliente extranjero es Chile, sabe usted que barreras tiene el exportar a este país?

De hecho, por el Tratado de Libre Comercio no existen barreras con ellos, pero bueno en el caso de textiles lo único que tenemos que presentarles es el certificado de origen.

8. ¿Tiene conocimientos sobre los TLC que ha firmado el Perú? ¿Sabe cómo podrían beneficiar a su empresa y hacen uso de ellos?

No todos, pero sí sé que hay varios tratados de libre comercio. Definitivamente nos beneficia abriéndonos puertas de los mercados y no teniendo barreras definitivamente al exportar. Y de hecho, estos tratados son importantísimos ya que sabiendo a detalle podemos saber y hacer un estudio de a qué países podemos entrar. Una de mis objetivos es ingresar al mercado americano, porque ahí valoran mucho nuestro algodón, que como sabes es el pima y acá lo tenemos. Entonces con este tratado pues podemos ingresar fácilmente solo nos faltaría informarnos más y esto podemos hacerlo con plataformas como PromPerú ya que ellos ayudan mucho a empresas como nosotros para participar en ferias internacionales y para ello te capacitan con el tema de requisitos y certificaciones que te permiten pues ser competitivo y que las empresas americanas quieran trabajar con uno.

9. ¿Considera usted que los certificados de origen o calidad sean un impedimento para realizar la exportación?

Por supuesto que no, es un trámite sencillo, pero eso sí, creo que podríamos ahorrar porque contratamos a un externo para que lo realice. Pero si me gustaría que el área de comercio

exterior se pueda empapar del tema y generarlos nosotros mismos ya que no es complicado y siempre tenemos toda la documentación que se requiere.

10. ¿Sabe cuál es el beneficio del certificado de origen?

Pues no pagar los impuestos en destino. Ojo que ese beneficio es para el importador en el país destino ósea Chile, y bueno en nuestro caso nos ayuda para el drawback y para certificar que nuestras prendas pues cumplen con los estándares para cumplir con ello.

ANEXO N°. 13 MANUAL DE OPERACIONES CENCOSUD

Vendor Operation Manual



Ladies & Men Division

**Flat Pack Solid Color / Assorted Sizes
GOH / Solid Color / Solid Sizes**



All garments must be packed **Solid Style / Solid Color / Assorted sizes**. This means that goods packed inside each carton should be same style, in same color & in assorted sizes (as per size ratio advised when placing orders).

IMPORTANT

From 2015 we will not use again the "inner carton/master carton" format. The outside carton is not allowed anymore. Instead of that, vendor will have to improve the inner carton quality according with the technical specification declared on 1.2 and load the container directly without the outside carton.

According with that change, from now on we will refer as "carton" when we declare the box containing the garment.

Example:


Size	S	M	L	XL	Total qty. x carton
Quantity	2	4	4	2	12

1.1 General Requirements

- It must be **ONE SKU PER CARTON** (one style in one color only) and can never mix in same cartons different colors or styles.
- Buyer must always specify total units per carton
- All cartons must include shipping marks on it.
- **All garments must be shipped lying flat pack with hanger and the whole ratio pieces must be packed inside of one big polybag instead individually.** Only for some exceptions buyer will request without hanger.
- All cartons must have barcode sticker with no retail price on it
- Since garments can be accidentally cut when cartons are opened in warehouse, vendor must insert a protective carton layer to the interior of the shipping carton.
- If vendor is forced to send **boxes with partial units**, it is mandatory identify those boxes with a specific adhesive sticker on 4 sides for each partial carton. Cencosud allows only one box with partial units per style. The sticker features will be:
 - Sticker of 15 cm x 10 cm





● PANTONE 15-1137 TPK
● BLACK






Example Packing Solid Color / Assorted Sizes

Example #1

-  Style: A
Color: Blue
Size: Small
Qty: 2
-  Style: A
Color: Blue
Size: Medium
Qty: 4
-  Style: A
Color: Blue
Size: Large
Qty: 4
-  Style: A
Color: Blue
Size: Extra Large
Qty: 2




Carton
Total Qty.: 12 pcs.
In ratio
S-M-L-XL : 2-4-4-2

Bar Code without retail price on carton

IMPORTANT

- Whole ratio into of one big polybag, then inside of the final carton
- Outside carton is no longer allowed. Just assorted carton and in accordance of the technical specifications.




1.2 Carton Packaging Requirements

Export Cartons Conditions


- **Dimension Ranges**
Cartons dimensions must be within below measures

Maximum Measures	Minimum Measures
Length : 110 cm	Length : 30 cm.
Width : 66 cm	Width : 20 cm.
Height : 66 cm.	Height : 10 cm.


- **Export Cartons Weight Ranges**
Maximum Weight: 20kgs.
Minimum Weight: 1kgs.
- **Packing Quality**
All cartons must be well sealed with transparent adhesive tape printed with the word CENCOSUD



- The required quality for all boxes must be a 5 layers AxA // 130 gr. No others will be accepted.
- All export cartons must be packed with the same quantity of goods. If some specific styles packing get out of measures or weight ranges, need for Paris approval to proceed with shipment.




1.3 Shipping Marks Requirements for Carton

Main Mark	Side Mark
 <p>CARTON # IMP# DEPT# DESCRIPTION MADE IN.....</p> <p>STYLE # SKU#</p>	<p>TOTAL QTY. COLOR SIZE N.W. G.W MEASURES (LxWxH)</p> <p>STYLE # SKU#</p>

Main Mark


- 1) Carton# Number of export carton which must be written over the total export carton quantity. (Example: if carton # 5 from total number of 20 cartons, then it should be: carton # 5 / 20).
- 2) IMP # Import number stated on L/C or TT operation. Paris Shipping Executives will provide this information.
- 3) Style# Style number that's given by each buyer when placing order. This style number is the same that must be stated on proforma invoice and shipping documents (commercial invoice, packing list & B/L).
- 4) Dept.# Department goods belong to (this information is provided by buyers when placing orders).
- 5) Description Spanish garment's description that must be written down on each export carton. It is basic description. Example: men's pants: pantalones hombre (you will find list of garment's in Spanish name for your reference).
- 6) Origin Country of goods origin (Example: Made in China, Made in India, etc.)
- 7) SKU# Stock keeping unit which is one color of a given style. This number will be provided when sending bar codes file information. It should be written in big size on carton.
- 8) Destination Destination place for goods. Example: Destination: Santiago-Chile or Destination: Lima-Peru, according for each purchase.



Side Mark

- 1) Total qty. Total qty. of goods inside export carton
- 2) Color & Size Color & size breakdown of goods inside carton
- 3) N.W. & G.W. Net & gross weight of the carton
- 4) SKU# Stock keeping unit which is one color of a given style. This number will be provided when sending bar codes file information. It should be written in big size on carton.

Example:



Side Mark (On both sides)

Main Mark (On both sides)

Barcode sticker with no retail price



1.6 Barcode Developing Information for Assorted Packing

It is mandatory that all vendors develop price/barcode hangtags & stickers in origin.

Information required for barcode developing (submitted by Cencosud)

- A) EAN-13# Barcode
- B) SKU#
- C) Department
- D) Description
- E) Color
- F) Size
- G) Retail Price



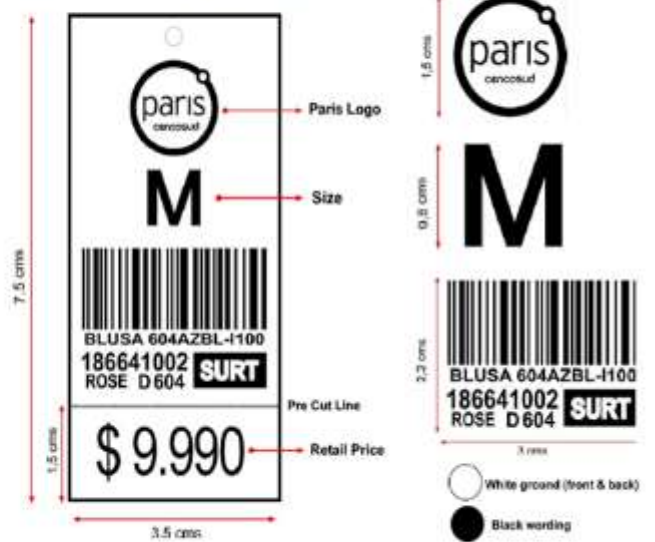
Above format is used on 2 label types: Barcode Hangtag and barcode sticker for particular cases. Also will apply for Barcode Sticker for cartons (without retail price) Information for barcode making is sent under excel file by Commercial Coordinators after receiving Proforma Invoice.



Barcode Hangtag for Garments Solid Color / Assorted Sizes

Barcode hangtag will replace barcode sticker on garments. Quality must be dull cardboard with white ground and black wordings. Hangtag must include, among barcode information, Paris logo, retail price & actual garment size (as on barcode information size will always be SURT for assorted size orders, then we need to advise correct size on hangtag)

Hangtag example with alphabetical description for size



Even sizes on barcode info is advised as "SURT" for assorted flat pack orders, correct size must be advised on top of barcode hangtag (or sticker) for easy client's reference. This is information each vendor needs to supply to hangtag (or sticker) supplier.



Barcode Information for Flat pack / Assorted orders

This is an example of the file submitted for barcodes making (which also has balance info for shipping marks)

CENCOSUD RETAIL S.A.

BAR CODES INFORMATION

VENDOR

INTERNATIONAL GROUP

SHIPMENT DATE		IMP#	PCLXCLX0000000
PROFORMA #	F5-2017-018	SEASON	INV2018

BAR CODE DESCRIPTION									
O/C #	DEPT	STYLE #	BARCODES	SKU	SIZE	DESCRIPTION	COLOR	ORDER QUANTITY	RETAIL PRICE
XXXXXX	662	662CAAZ18-200	2027553000231	275530002	SURT	662CAAZ18-200 CAMISA MANGA	GRME1	111	27990
XXXXXX	662	662CAAZ18-200	2027553000385	275530003	SURT	662CAAZ18-200 CAMISA MANGA	AZME1	111	27990
XXXXXX	662	662CAAZ18-200	2027553000429	275530004	SURT	662CAAZ18-200 CAMISA MANGA	AZCL1	74	27990
XXXXXX	662	662CAAZ18-201	2027553100221	275531002	SURT	662CAAZ18-201 CAMISA MANGA	NEGRO	37	24690

Bar Codes cannot be submitted unless we receive proforma and input information into our system. So once you have order details, you must send proforma as soon as possible to avoid information delays. Barcode label is same EAN#13 information as the one submitted on this file.

Fuente: Empresa Cencosud Retail SA

ANEXO N°. 14 FACTURA COMERCIALCENCOSUD

Bullfrogperu S.A.C <small>APPAREL SUPPLY COMPANY</small>	BULLFROG PERU S.A.C. Domicilio Fiscal / Address : CAL. INDEPENDENCIA NRO. 337 - URB. MIRAFLORES MIRAFLORES - LIMA - PERU Teléfono / Phone : 2202104 Página Web / Web : www.bullfrogperu.com E-mail : contabilidad@bullfrogperu.com	RUC: 20538673839 FACTURA ELECTRONICA F002-27			
Cliente / Customer : CENCOSUD RETAL S.A. Dirección / Address : AVDA. KENNEDY 9001 PISO 4 LAS CONDES SANTIAGO CHILE No Domiciliado : 0000 Código Cliente / Client code : C0000004 Fec. de Emisión / Date of Issue : 17-06-2019 Moneda / Currency : DOLAR AMERICANO Fec. de Venc. / Due Date : 17-06-2019 Terminos de Pago / Payment Terms : LC 889216 Referencia / Reference : 908580 Guía de Remisión : 0002-000524					
Puerto de Embarque / Port of Shipment : CALLAO, PERU Puerto de Desembarque / Port of Landing : VALPARAISO, CHILE Fecha de Embarque / Date of Shipment : jun 21, 2019 País de Origen / Country of Origin : PERU Incoterm : FOB Bill of Lading No. : Peso Bruto / Gross Weight : 1453.00 Peso Neto / Net weight : 1205.47 Total Bruto (s) : 669.00 Agente de carga : GEODIS PERU S.A. Agente de aduana : EXPEDITORS PERU S.A.C. Description : GARMENTS ACCORDING TO PROFORMA 2019YL001 IMPV PCL1903308580 SEASON SUMMER 2020 CIC #308580					
Item	Descripción / Description	UND	Cantidad / Quantity	Precio Venta Unitario / Unit Price	Precio Venta Total / Total Value
UNCA00392	661POUNV20-300, T SHIRT MC 100% ALGODON, GRAB1, S	UND	137.000	2.90	397.30
UNCA00392	661POUNV20-300, T SHIRT MC 100% ALGODON, GRAB1, M	UND	256.000	2.90	748.50
UNCA00392	661POUNV20-300, T SHIRT MC 100% ALGODON, GRAB1, L	UND	256.000	2.90	748.50
UNCA00392	661POUNV20-300, T SHIRT MC 100% ALGODON, GRAB1, XL	UND	137.000	2.90	397.30
UNCA00392	661POUNV20-300, T SHIRT MC 100% ALGODON, BLANC, S	UND	129.000	2.90	374.10
UNCA00392	661POUNV20-300, T SHIRT MC 100% ALGODON, BLANC, M	UND	256.000	2.90	742.40
UNCA00392	661POUNV20-300, T SHIRT MC 100% ALGODON, BLANC, L	UND	257.000	2.90	745.30
UNCA00392	661POUNV20-300, T SHIRT MC 100% ALGODON, BLANC, XL	UND	128.000	2.90	371.20
UNCA00393	661POUNV20-301, T SHIRT MC 100% ALGODON, GROS1, S	UND	132.000	2.90	382.80
UNCA00393	661POUNV20-301, T SHIRT MC 100% ALGODON, GROS1, M	UND	270.000	2.90	783.00
UNCA00393	661POUNV20-301, T SHIRT MC 100% ALGODON, GROS1, L	UND	255.000	2.90	748.50
UNCA00393	661POUNV20-301, T SHIRT MC 100% ALGODON, GROS1, XL	UND	133.000	2.90	385.70
UNCA00393	661POUNV20-301, T SHIRT MC 100% ALGODON, BLANC, S	UND	134.000	2.90	388.60
UNCA00393	661POUNV20-301, T SHIRT MC 100% ALGODON, BLANC, M	UND	270.000	2.90	783.00
UNCA00393	661POUNV20-301, T SHIRT MC 100% ALGODON, BLANC, L	UND	268.000	2.90	777.20
UNCA00393	661POUNV20-301, T SHIRT MC 100% ALGODON, BLANC, XL	UND	134.000	2.90	388.60
UNCA00394	661POUNV20-302, T SHIRT MC 100% ALGODON, AZME1, S	UND	135.000	2.90	391.50
UNCA00394	661POUNV20-302, T SHIRT MC 100% ALGODON, AZME1, M	UND	269.000	2.90	780.10
UNCA00394	661POUNV20-302, T SHIRT MC 100% ALGODON, AZME1, L	UND	269.000	2.90	780.10
UNCA00394	661POUNV20-302, T SHIRT MC 100% ALGODON, AZME1, XL	UND	136.000	2.90	394.40
UNCA00394	661POUNV20-302, T SHIRT MC 80% ALGODON 20% POLYESTER, R, BR1, S	UND	135.000	2.90	391.50
UNCA00394	661POUNV20-302, T SHIRT MC 80% ALGODON 20% POLYESTER, R, BR1, M	UND	288.000	2.90	835.20
UNCA00394	661POUNV20-302, T SHIRT MC 80% ALGODON 20% POLYESTER, R, BR1, L	UND	256.000	2.90	747.20
UNCA00394	661POUNV20-302, T SHIRT MC 80% ALGODON 20% POLYESTER, R, BR1, XL	UND	134.000	2.90	388.60
UNCA00395	661POUNV20-303, T SHIRT MC 80% ALGODON 20% POLYESTER, VEME1, S	UND	135.000	2.90	391.50
UNCA00395	661POUNV20-303, T SHIRT MC 80% ALGODON 20% POLYESTER, VEME1, M	UND	270.000	2.90	783.00
UNCA00395	661POUNV20-303, T SHIRT MC 80% ALGODON 20% POLYESTER, VEME1, L	UND	269.000	2.90	780.10
UNCA00395	661POUNV20-303, T SHIRT MC 80% ALGODON 20% POLYESTER, VEME1, XL	UND	134.000	2.90	388.60
UNCA00395	661POUNV20-303, T SHIRT MC 80% ALGODON 20% POLYESTER, AZME1, S	UND	130.000	2.90	377.00
UNCA00395	661POUNV20-303, T SHIRT MC 80% ALGODON 20% POLYESTER, AZME1, M	UND	260.000	2.90	754.00
UNCA00395	661POUNV20-303, T SHIRT MC 80% ALGODON 20% POLYESTER, AZME1, L	UND	261.000	2.90	756.90
UNCA00395	661POUNV20-303, T SHIRT MC 80% ALGODON 20% POLYESTER, AZME1, XL	UND	134.000	2.90	388.60
UNCA00396	661POUNV20-304, T SHIRT MC 100% ALGODON, GRAB1, S	UND	132.000	2.90	382.80

Autorizado para ser Emisor electrónico mediante la Resolución de Intendencia N° N°287-2017/SUNAT
 Código Hash: pAQtaNDwW6Mok23L4noqAVBo2A+ | Cód. Establecimiento: 0000
 Para consultar el comprobante ingresar a : <https://portal.electronico.com.pe/ver/comprobante>

F002-27
Pag 1 de 2

Item	Descripción / Description	UND	Cantidad / Quantity	Precio Venta Unitario / Unit Price	Precio Venta Total / Total Value
UNCA00386	861POUNV20-304, T SHIRT MC 100% ALGODON, GRAB1, M	UND	264.000	2.90	765.60
UNCA00386	861POUNV20-304, T SHIRT MC 100% ALGODON, GRAB1, L	UND	264.000	2.80	755.60
UNCA00386	861POUNV20-304, T SHIRT MC 100% ALGODON, GRAB1, XL	UND	132.000	2.90	382.80
UNCA00386	861POUNV20-304, T SHIRT MC 100% ALGODON, BLANC, S	UND	132.000	2.90	382.80
UNCA00386	861POUNV20-304, T SHIRT MC 100% ALGODON, BLANC, M	UND	264.000	2.90	765.60
UNCA00386	861POUNV20-304, T SHIRT MC 100% ALGODON, BLANC, L	UND	264.000	2.90	765.60
UNCA00386	861POUNV20-304, T SHIRT MC 100% ALGODON, BLANC, XL	UND	132.000	2.90	382.80



Total Valor de Venta - Operaciones Inafectas:		US\$	0.00
IGV:		US\$	0.00
Flete:		0.00	
Seguro:		0.00	
Manejo carga:		0.00	
Total otros cargos:		US\$	0.00
Importe Total (FOB):		US\$	23,115.90

Representación Impresa de la Factura Electrónica

SON: VEINTITRES MIL CIENTO QUINCE Y 90/100 DOLARES AMERICANOS

TWENTY THREE THOUSAND ONE HUNDRED FIFTEEN AND 90/100 AMERICAN DOLLARS

T - SHIRT DE HOMBRES MANGA CORTA TEJIDO DE PUNTO 100% ALGODON Y 80%ALGODON 20%POLYESTER

EXPORTACION SUJETA A RESTITUCION SIMPLIFICADA DE DERECHOS ARANCELARIOS GEOOIS PERU S.A

Observaciones: TOTAL SENSORMATIC TAG: 7971 X USD0.06 = USD 478.26 THIS VALUE IS INCLUDED ON PRICE


CLAUDIO CENTURION BENAVENTE
 Gerente General
BULLFROG PERU S.A.C.

ANEXO N°.
LIST

15 PACKING

Fuer
Bully

FLAT PACK SOLID STYLE/SOLID COLOR/SOLID SIZE
PACKING LIST

VENDOR: BULLFROG PERU S.A.C. MARKS & NOS:

COMERCIAL INVOICE: N° 2019-04-0096863

SHIPPED VIA:

TOTAL QTY:

TOTAL CARTONS:

STYLE:

DATE

L/C #

O/C # (IMP#)

CARTON #	SK
STYLE 661POUNVZ	
*1-66	4752
67-67	4752
68-131	4752
132-132	4752
STYLE 661POUNVZ	
133-198	4752
199-199	4752
200-266	4752
267-267	4752
STYLE 661POUNVZ	
268-334	4752
335-335	4752
336-402	4752
403-403	4752
STYLE 661POUNVZ	
404-470	4752
471-471	4752
472-536	4752
537-537	4752
STYLE 661POUNVZ	
538-603	4752

CERTIFICADO DE ORIGEN
ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTEGRACION

PAIS EXPORTADOR: PERU PAIS IMPORTADOR: CHILE

N° de Orden (1)	NALADISA	DENOMINACION DE LAS MERCADERIAS
1	61091000	GARMENTS ACCORDING TO PROFORMA 20191001 IMP # PCL1903308580 T-SHIRT DE HOMENES MANGA CORTA TEJIDO DE PUNTO 100% ALGODON
2	61091000	GARMENTS ACCORDING TO PROFORMA 20191001 IMP # PCL1903308580 T-SHIRT DE HOMENES MANGA CORTA TEJIDO DE PUNTO 80% ALGODON 20% POLYESTER LC No. 888216

DECLARACION DE ORIGEN

DECLARAMOS que las mercaderias indicadas en el presente formulario, correspondientes a la Factura Comercial N° F002-27 cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (2) ALD Peru-Chile de conformidad con el siguiente desglose:

N° de Orden (1)	NORMAS (3)
1	Capitulo 4, Articulo 4.2, Párrafo (a)
2	Capitulo 4, Articulo 4.2, Párrafo (a)

BULLFROG PERU S.A.C.
PATRICIA AMBRIDE NIÑO DE GUZMAN
Jefe de Comercio Exterior

Fecha: LIMA, 19 JUN. 2019

Sello y firma del Representante Legal del exportador o productor:

TOTAL UNITS SHIP	4752
STYLE	
STYLE 661POUNVZ	
STYLE 661POUNVZ	
STYLE 661POUNVZ	
STYLE 661POUNVZ	
STYLE 661POUNVZ	
STYLE 661POUNVZ	
TOTAL QTY SHIP	
TOTAL CARTON SHIP	
GROSS WEIGHT (kg)	
NET WEIGHT (kg)	
VOLUME (m3)	

CERTIFICACION DE ORIGEN

Certifico la veracidad de la presente declaración, hecha en la ciudad de LIMA

LIMA, 19 JUN. 2019


Sello y firma Entidad Certificadora

2 / 1

Nota: (1) Esta columna indica el orden en que se individualizan las mercaderias comprendidas en el presente certificado. En caso de ser ineficiente, se continuará la individualización de las mercaderias en ejemplares suplementarios de este certificado, suministrados correlativamente.
(2) Especificar si se trata de un Acuerdo en el ámbito regional o de alcance parcial, indicando número de registro.
(3) En esta columna se identificará la norma de origen con que cumple cada mercaderia individualizada por número de orden.
- Si formulario no podrá presentar respaldos, facturas o empaques.

Fuente: Empresa Bullfrog Perú SAC

ANEXO N°. 17 BILL OF LADING


Bill of Lading ORIGINAL		Bill of Lading for combined transport and port to port shipment		CCL			
SHIPPER BULLFROG PERU SAC CALLE INDEPENDENCIA NO. 337 MIRAFLORES, LIMA, PERU RUC: 20538673839 PH: (511) 2559194			Cargo Container Line Ltd.				
CONSIGNEE (If a To Order please indicate) CONSIGNED TO THE ORDER OF CENCOSUD RETAIL S.A. AVDA. KENNEDY 9001 PISO 4, LAS CONDES, SANTIAGO DE CHILE E-MAIL: CLAUDIA.ANANIAS(A) CENCOSUD.CL RUT: 81.201.000-K TELEFONO: 56 229590069			S. I. M. CL 519005594		Nº OF ORIGINALS 1 (ONE)		
NOTIFY PARTY (No claim shall attach for failure to notify) CENCOSUD RETAIL S.A. AVDA. KENNEDY 9001 PISO 4, LAS CONDES, SANTIAGO DE CHILE E-MAIL: CLAUDIA.ANANIAS(A) CENCOSUD.CL RUT: 81.201.000-K TELEFONO: 56 229590069			FORWARDING AGENT (Name and address - Reference) GEODIS PERU S.A. CALLE FLORA TRISTAN 310 OF. 301 MAGDALENA DEL MAR LIMA LIMA17 PERU Phone: Fax:				
FREIGHTAGE			FOR DELIVERY APPLY TO GEODIS LTDA. AV. VITACURA 4380, PISO 9 RUT 79.699.520-3 VITACURA RM 7630275 CHILE Phone: +56 2 2450 1600 Fax:				
VESSEL COSCO SHIPPING DANUBE / 9215			PLACE OF RECEIPT CALLAO				
PORT OF DISCHARGE VALPARAISO, CHILE			PORT OF LOADING CALLAO, PERU				
			PLACE OF DELIVERY VALPARAISO				
CONSIGNEE AND NUMBER	NO. OF PKGS	DESCRIPTION OF GOODS	GROSS WEIGHT (KGS)	MEASUREMENT			
PARIS S.A.	679 Carton(s)	GARMENTS ACCORDING TO PROFORMA 2019YL001 / 2019YL002 PCL 1903308580 / PCL 1903308586 FREIGHT CHARGES TO BE COLLECTED L.C No. K869216 P.A. 6109100039 FREIGHT COLLECT	1478 KG	13.225 M3			
Container MRSU0143754	Seals HS383861, HS328415, 002V0002273	Type 20GP	Weight 1478 KG	Volume 13.225 M3	Packages 679 CTN	Mode Temp	
FREIGHT COLLECT Original bill required at Destination			ABOVE PARTICULARS AS DECLARED BY SHIPPER				
TEMPERATURE CONTROL INSTRUCTIONS:							
FREIGHT CHARGES PAYABLE AT VALPARAISO, CHILE							
BY							
RECEIVED by the Carrier the Goods as specified above in apparent good order and condition unless otherwise stated, to be transported to such place as agreed, authorized to perform the same and subject to all the terms and conditions appearing on the front or reverse of this Bill of Lading to which the Merchant agrees by accepting this Bill of Lading, any local provisions and customs regulations.							
The particulars given above as stated by the shipper and the weight, measure, quantity, condition, contents and value of the Goods are unknown to the Carrier.							
In WITNESS where of the original Bill of Lading all of the terms and data have been signed in the number of bills above one of which being accomplished the others to be void.							
Place and date of issue: CALLAO, PERU 21-Jun-19							
As Carrier							
GEODIS PERU S.A.							
 GEODIS PERU S.A. RUT: 79.699.520-3 EXP. DE REGISTRO N° 10.2015						OCEAN FREIGHT AND CHARGES (Rate, weight and/or measurements subject to correction)	
						FREIGHT COLLECT	
						TOTAL	
						Cargo Container Line Ltd.	

Fuente: Empresa Bullfrog Perú SAC

ANEXO N°. 18 DECLARACION UNICA DE ADUANAS FORMATO A

40 - DUA PROV. DE EXPORTACION								
Aduana		Código		DECLARACION UNICA DE ADUANAS (A)		2	REGISTRO DE ADUANA	
MARITIMA DEL CALLAO		118						
Nº Orden	Destinación	Modalidad	Tipo Despacho	Nº DUA Prov.	Nº Declaración: 057354			
193491	40	1	NORMAL	2019-057354	Fecha Numeración: 13/06/2019			
1	IDENTIFICACION	1.1 Importador/Exportador				Sujeto a: NARANJA		
		BULLFROG PERU S.A.C.						
1.2 Código y Documento de Identificación			1.3 Dirección de Importador/Exportador		1.4 Cod.Ubi.Geo.			
4 - 20538673839			CA. INDEPENDENCIA 337 URB. MIRAFLORES ,MIRAFLORES,LIMA,LIMA					
3	TRANSPORTE	3.1 Empresa Transporte Código		3.2 Nº Manifiesto	3.3 Vía Transporte Código			
		- 5022		2019 - 1644	1 - MARITIMO			
3.4 Fecha Termino Desc/Embar		3.5 Empresa Transporte (T/R) Código		3.6 Unidad Transporte (T/R)	3.7 Aduana D/S Código			
		-						
4	ALMACEN	4.1 Depósito Temporal Código		4.2 Depósito A.Autorizado Código		4.3 Plazo Solicitado		
		- 4133		-		0		
5	TRANSACCION	5.1 Entidad Financiera Código			5.2 Modalidad Código			
		-			OTRAS(ESPECIFIQUE) - 7			
6	VALOR ADUANA	6.1 Valor Clausula de Venta	6.2 Comisión Exterior(Referencial)	6.3 Otros Gastos Deducibles	6.4 Total Ajustes	6.5 Valor Neto de Entrega(FOB)		
		23463.9	0	0	0	23463.9		
8	DECLARANTE	8.1 Declarante (Tipo - Nro. de documento - Razón Social)						
		RUC 20549072225 - EXPEDITORS ADUANAS PERU S.A.C. (CON MANDATO ELECTRÓNICO)						
OTROS DATOS DILIGENCIA	Total Peso Neto		Total Peso Bruto		Total Bultos		Total U.Físicas	
	1478.0		1478.0		679.0		8091.0	
					Total U.Comercial.		8091.0	

Fuente: SUNAT

41 - EXPORTACIÓN DEFINITIVA						
Aduana		DECLARACION UNICA DE ADUANAS (A)			2 REGISTRO DE ADUANA	
MARITIMA DEL CALLAO		CÃºdigo 118				
NÃº Orden	DestinaciÃ³n	Modalidad	Tipo Despacho	NÃº DUA Prov.	NÃº DeclaraciÃ³n: 057354	
193491	41	0	NORMAL	2019-057354	Fecha NumeraciÃ³n: 13/06/2019	
1 IDENTIFICACION	1.1 Importador/Exportador				Sujeto a: NARANJA REGULARIZADA	
	BULLFROG PERU S.A.C.					
1.2 CÃºdigo y Documento de IdentificaciÃ³n			1.3 DirecciÃ³n de Importador/Exportador		1.4 Cod.Ubi.Geo.	
4 - 20538673839			CA. INDEPENDENCIA 337 URB. MIRAFLORES ,MIRAFLORES,LIMA,LIMA			
3 TRANSPORTE	3.1 Empresa Transporte CÃºdigo			3.2 NÃº Manifiesto	3.3 VÃ±a Transporte CÃºdigo	
	- 5022			2019 - 1644	1 - MARITIMO	
3.4 Fecha Termin Desc/Embar		3.5 Empresa Transporte (T/R) CÃºdigo		3.6 Unidad Transporte (T/R)		3.7 Aduana D/S CÃºdigo
21/06/2019		-				
4 ALMACEN	4.1 DepÃ³sito Temporal CÃºdigo			4.2 DepÃ³sito A.Autorizado CÃºdigo		4.3 Plazo Solicitado
	- 4133			-		0
5 TRANSACCION	5.1 Entidad Financiera CÃºdigo				5.2 Modalidad CÃºdigo	
	-				OTRAS(ESPECIFIQUE) - 7	
6 VALOR ADUAN	6.1 Valor Clausula de Venta		6.2 ComisiÃ³n Exterior(Defensorial)		6.3 Otros Gastos Deducibles	
8 DECLARANTE	6.4 Total Ajustes					6.5 Valor Neto de ExportaciÃ³n(FOB)
						
<p>OTROS DATOS DILIGENCIA</p> <p>comercial.</p>						

Fuente:

SUNAT

ANEXO N.º
CARTA DE
CREDITO

19

104

MT00 EMISSION DE CREDITO DOCUMENTARIO
BANCO EMISOR: BSCCHIANOCXX
BANCO SANTANDER CHILE
SANTIAGO CL
BANCO RECEPT: BCONSPFLKX
BANCO CONTINENTAL
LIMA PE

27 NUMERO DEL MENSAJE Y TOTAL
1/1

40A FORMA DEL CREDITO DOCUMENTARIO
IRREVOCABLE

20 NUMERO DEL CREDITO DOCUMENTARIO
872878

31C FECHA DE EMISION
19031

40E BUCLES APLICABLES
UCY LATEST VERSION

31D FECHA Y LUGAR DE EXPIRACION
190908
PERU

50 CORDONANTE
CERROJO RETAIL S A
AVDA. KENNEDY 9001 PISO 4
LAS CONDES - SANTIAGO CHILE

59 BENEFICIARIO
BULLFROG PERU S.A.C.
CALLE INDEPENDENCIA NO.337
MIRAFLORES,
LIMA , PERU

32B CODIGO DIVISA E IMPORTE
DIVISA :USD DOLARS US
IMPORTE :*****23246.40

39A TOLERANCIA DEL IMPORTE DEL CREDITO
05/05

41D DISPONIBLE COM...POR...
ANY BANK IN PERU
BY NEGOTIATION

43P EMBARQUE PARCIALES
ALLOWED

43T TRANSACCIONES
ALLOWED

44E PUNTO EMBARQUE/ABOQUEMTO SALIDA
CALLAO, PERU

44F PUNTO DESCARGA/ABOQUEMTO LLEGADA
VALPARAISO DE SAN ANTONIO, CHILE

44C ULTIMA FECHA DE EMBARQUE
190905

45A DESCRIPCION DE BIENES Y/O-SERVICIOS
DELIVERY TSHIRT FOR
GARMENTS ACCORDING TO PROFORMA INDICATED IN ADDITIONAL
CONDITIONS.

46A. DOCUMENTOS REQUERIDOS
 - COMMERCIAL INVOICE IN 02/01 (ORIGINAL/COPIES), DULY SIGNED BY ISSUER (AGENTS COMMISSION, IF ANY, MUST BE NOT PRESENTED), SPECIFYING ALL MERCHANDISE.
 - ON BOARD OCEAN BILL OF LADING IN 2 ORIGINAL PLUS 3 COPIES (BLANKETS PERMIT CARBONS TO BE COLLECTED, REFERENCED TO THE ORDER OF CENCOGUS RETAIL S.A., NOTIFY CENCOGUS RETAIL S.A. AVDA. SIMON BOLIVAR 1500 PISO 4, LAS CRUCES, SANTIAGO DE CHILE, E-MAIL: COLUMBIA.MANAGER@CENCOGUS.COM, 2077-81.201.000 X TELEFONO: 55 22950060
 - PACKING LIST IN 01/01 (ORIGINAL/COPIES).
 - CERTIFICATE OF ORIGIN IN 01/01 (ORIGINAL/COPIES).

47A. CONDICIONES ADICIONALES
 - ALLEGATIONS IN DOCUMENTS ARE ACCEPTED ONLY IF THEY ARE STAMPED AND SIGNED BY ISSUER.
 - FOR EACH SET OF DOCUMENTS PRESENTED WITH DISCREPANCIES, WE DEDUCTED/COLLECTED USD 100,00
 - INSURANCE WILL BE COVERED IN CHILE.
 - TO HAZARD AND CORROSION EQUIPMENT, CENCOGUS RETAIL S.A. HAS REFERENCED TO GROUPS WILSON PERU, CALLA LAS TULIPANES 147 OF TOUR, 21002 LIMA, PERU

SHIPPING PLAN:
 JRP-----R000000A-----AFR0000-----L00
 MCLP00376266...2019Y0004...22.700,20.....04.09.2019
 MCLP00376266...2019Y0004...487,20.....05.09.2019

- 10 DAYS OF TOLERANCE AFTER THE LAST SHIPMENT DATE ARE AUTHORIZED (FOR EACH EQUIPMENT PLAN).
 - IF THE GOODS OF THIS LC HAVE SENSORS OR NUMBER THIS MUST BE SPECIFICATE ON INVOICE, ACCORDING THE FOLLOWING INSTRUCTIONS ON INVOICE:
 TOTAL SENSORIATIC TAG- NO X USED NO TOTAL USED NO,
 THIS VALUE IS INCLUDE ON PRICE.
 TOTAL NUMBER, NO. X USED NO TOTAL USED NO, THIS VALUE IS INCLUDED ON PRICE.

710. DETAILS OF GRANTS
 ALL BANKING CHARGES OFFSHORE CHILE

Fuente: Empresa Bullfrog Perú SAC
ANEXO N°. 20 BOOKING LCL



CRAFT MULTIMODAL PERU S.A.

Calle Antequera 777, 7th floor - Lima, Peru
Ph: (51) 1 519 0470

pag: 1/1

LIMA, jueves, 17 de mayo de 2018

CLIENTE: GEODIS PERU S.A.

CONTACTO:

FONE: 8193737 - 206

Ref: Confirmación Reserva de Espacio

RESERVA NR: CLLVPS1805026

REF. CLIENTE:

ARMADOR: CRAFT PERU

BUQUE: GUAYAQUIL EXPRESS

VIAJE: 817S

PUERTO ORIGEN: CALLAO

ETA: 25/05/2018

DEAD LINE CARGA: 21/05/2018 - 16:00:00 Hs

PUERTO DESTINO: VALPARAISO

PAIS DESTINO: CHILE

VIA: DIRETO

TRANSIT TIME: 4 Dia(S)

CUBICAJE: 3,873 M3

PESO: 657,680 Kg

CANTIDAD: 287 PACKAGES

OBSERVACIÓN:

ENTREGA DE MERCADERÍA

VILLAS OQUEENDO S.A.

CALLE G S/N PARCELA 1 TERRENO RIVEREÑO - - AL MAR - CALLAO - PERU -

Fono: - Fax: - Attn:

ENTREGA DE LOS DOCUMENTOS:

CRAFT PERU

- - -

Fono: - Fax: - Attn:

ATENTAMENTE,

Fuente: Empresa Bullfrog Perú SAC

ANEXO N°. 21 BOOKING FCL

Booking Confirmation

Booking Number 8LIM012939

Agreement No(s). ASWC8000043	Created by ANDY CRUZ
Shipper Reference	Created on 07-MAY-2018 13:58
Edi Reference No. 107847343	Phone +5116107563
Proposed BL No.	E-Mail ANDY.CRUZ@HAMBURGSUD.COM

The Documentation Cutoff is 18-May-2018 17:00.

Merchant is obliged to provide all documents necessary for this shipment to the Carrier until the applicable documentation cut-off date and time 18-May-2018 17:00. If this cut-off date and time is not met, the Carrier reserves the right to transfer the shipment to the next available vessel, all additional costs being for the account of the Merchant.

Booking Party	GEODIS PERU SA AVENIDA ELMER FAUCETT S/N CALLAO PERU	Booking Agreement Party	CENCOSUD RETAIL S.A. AVDA KENNEDY PISO 4 LAS CONDES 9001 SANTIAGO CHILE
----------------------	---	--------------------------------	--

Contact	MR FELIPE HUAROTO
Phone	+5116135858
E-Mail	FELIPE.HUAROTO@GEODIS.COM

Shipper	GEODIS PERU SA CALLAO, PE	Forwarder	GEODIS PERU SA CALLAO, PE
----------------	------------------------------	------------------	------------------------------

Origin	CALLAO, PE (PECLL) (PORT)	Cargo Cut-Off	19-MAY-2018 20:00
Destination	SAN ANTONIO, VS, CL (CLSAI) (PORT)	Estimated cargo availability at destination	24-MAY-2018 15:00
Ves/Voy/Dir	JPO LIBRA 018 SOUTH		

Transport Plan

From	To	Mode	Estimated Departure	Estimated Arrival
CALLAO, PE (PECLL)	SAN ANTONIO, VS, CL (CLSAI)	JPO LIBRA / 018 / S	21-MAY-2018 10:00	24-MAY-2018 15:00

Products

Prod. ID	Commodity	Ship. Type	Cargo Type	Qty	EQU	Gross Cargo Weight/EQU	Equipment Condition
01106	FREIGHT ALL KINDS 1)	FCL	GENERAL	1	20GP	1000 kg	

Commodity Details

1.) TEXTILES:(NOS)

Empty Equipment Pickup

Container No.	Prod. Item ID	Facility	EQU	Pick Up Date/Time	Empty Release Expiry
	1	DEMARES	20GP	12-MAY-2018 08:00	22-MAY-2018 23:59

Facility Details
DEMARES
NESTOR GAMBETA KM 14.5 S/N
CALLAO
PERU

Full Equipment Delivery Please deliver the cargo to:

DP WORLD CALLAO
AVENIDA MANCO CAPAC 113
CALLAO
PERU
+51 1 2035060

Cargo Cut-Off: 19-MAY-2018 20:00

Fuente: Empresa Bullfrog Perú SAC

ANEXO N°.22 FACTURA COMERCIAL RIPLEY

Bullfrogperu SAC
APPAREL SUPPLY
COMPANY

BULLFROG PERU S.A.C.

Domicilio Fiscal : CAL INDEPENDENCIA NRO. 337 URB. MIRAFLORES
MIRAFLORES - LIMA - LIMA - PERU

Teléfono(s) : 2059194

Página Web : www.bullfrogperu.com

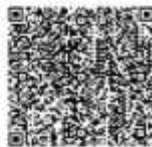
E-mail : contabilidad@bullfrogperu.com

RUC: 20538673839

**FACTURA
ELECTRÓNICA**
F001-288

Cliente : TIENDAS POR DEPARTAMENTO RIPLEY S.A.
Dirección : AV. LAS BEGONIAS NRO. 545 URB. JARDIN LIMA - LIMA - SAN ISIDRO, SAN ISIDRO - LIMA - LIMA
RUC : 20337564373 Código Cliente : CL000302
Fecha de Emisión : 28-01-2019 Moneda : SOL
Fecha de Vencimiento : 29-03-2019 Condición de Pago : FACTURA 60 DIAS
Orden de Compra : 2182648
Guía de Remisión : 0002-0000423
Albarán : -

Código	Descripción	U.M.	Cantidad	Precio Venta Unitario	Valor Venta Unitario	Valor Total
22367277	POLO BASICO CLOUDBREAK BARI BURDE S	UND	195.000	10.2896	8.72	1,700.40
22367278	POLO BASICO CLOUDBREAK BARI BURDE M	UND	195.000	10.2896	8.72	1,700.40
22367279	POLO BASICO CLOUDBREAK BARI BURDE L	UND	130.000	10.2896	8.72	1,133.60
22367280	POLO BASICO CLOUDBREAK BARI BURDE XL	UND	65.000	10.2896	8.72	566.80
22367281	POLO BASICO CLOUDBREAK BARI GRIS S	UND	195.000	10.2896	8.72	1,700.41
22367282	POLO BASICO CLOUDBREAK BARI GRIS M	UND	195.000	10.2896	8.72	1,700.40
22367283	POLO BASICO CLOUDBREAK BARI GRIS L	UND	130.000	10.2896	8.72	1,133.60
22367284	POLO BASICO CLOUDBREAK BARI GRIS XL	UND	65.000	10.2896	8.72	566.80
22367295	POLO BASICO CLOUDBREAK SICILE AZIND S	UND	159.000	18.3136	15.52	2,467.68
22367296	POLO BASICO CLOUDBREAK SICILE AZIND M	UND	159.000	18.3136	15.52	2,467.68
22367297	POLO BASICO CLOUDBREAK SICILE AZIND L	UND	106.000	18.3136	15.52	1,645.12
22367298	POLO BASICO CLOUDBREAK SICILE AZIND XL	UND	53.000	18.3136	15.52	822.56
22367299	POLO BASICO CLOUDBREAK SICILE CELES S	UND	153.000	18.3136	15.52	2,374.56
22367300	POLO BASICO CLOUDBREAK SICILE CELES M	UND	153.000	18.3136	15.52	2,374.56
22367301	POLO BASICO CLOUDBREAK SICILE CELES L	UND	102.000	18.3136	15.52	1,583.04
22367302	POLO BASICO CLOUDBREAK SICILE CELES XL	UND	51.000	18.3136	15.52	791.52



Total Valor de Venta - Operaciones Gravadas:	S/	24,729.12
IGV (18.00%):	S/	4,451.24
Importe Total:	S/	29,180.36

SON: VEINTINUEVE MIL CIENTO OCHENTA Y 36/100 SOLES

Observaciones: PRECINTO #000116 / #000117 C/TA. 445

BANCO	MONEDA	CUENTA	CCI
BCP	SOLES	194-2093217-0-04	002-194-002093217004-94
BCP	DOLARES	193-2115113-1-87	002-193-002115113187-13

Fuente: Empresa Bullfrog Perú SAC