



**UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**“EXPORTACIÓN DE BUFANDAS EN BABY ALPACA AL 100% AL MERCADO
DE FRANCIA – REINO UNIDO”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOSINTERNACIONALES**

PRESENTADO POR:

Bach. KEVIN OSCAR TACOMA CASTELO

<https://orcid.org/0000-0001-5366-7923>

ASESOR:

DRA. MIRIAN ELIZABETH AREVALO RODRIGUEZ

<https://orcid.org/0000-0003-3730-3577>

CUSCO, JULIO

2022

DEDICATORIA

Dedico esta investigación a Dios, a mi madre, a mi familia, a mis docentes, porque por todos ellos son mi fuerza y motivación para seguir creciendo en mi vida profesional, son ellos los que nunca me dejaron caer y me dieron la fuerza para seguir triunfando.

Asimismo, dedico esta investigación a todas las personas que estuvieron desde el primer momento conmigo y me apoyaron indirectamente.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, doy gracias a Dios, por brindarme salud y conocimientos para poder llevar adelante esta investigación

A mi mamá por el tiempo dedicado, por la motivación, paciencia y apoyo incondicional.

A mis hijas y a mi esposa por la fuerza de voluntad que me dan día a día para poder alcanzar mis metas y ser un hombre de bien.

A mis docentes por brindarme y apoyarme con el conocimiento mostrándome así lo hermoso de esta carrera.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación es realizado con el fin de obtener el licenciamiento en Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Alas Peruanas.

Hoy en día el avance tecnológico nos permitió ver las necesidades que existe en la actualidad a nivel mundial, dándonos a conocer que en Francia son pocas las empresas que ofrecen prendas con respecto a las líneas textiles de alpaca.

Debido a las bajas temperaturas climatológicas Francia se ve en la necesidad de importar más prendas textiles a base de esta fibra, específicamente en los meses de diciembre a marzo, es por ende que la empresa Hilaba se decidió a realizar esta investigación de exportación, teniendo como objetivo satisfacer la necesidad de la población del mercado Francés con un producto de calidad y garantía, con la finalidad de posicionarnos en este nicho de mercado como empresa líder de la venta de estas bufandas a base de la fibra de baby alpaca, permitiéndonos en un mediano plazo diversificar nuestros productos de calidad para este mercado exigente.

En cada capítulo de esta investigación identificaremos como realizar un buen comercio internacional, a partir del primer capítulo se describirá nuestro producto a exportar, nuestra partida arancelaria y nuestro de flujograma.

En el segundo capítulo ya logramos identificar nuestros proveedores, q tipo de allanamiento usaremos, q tipo de envase, embalaje, unitarización, transporte y contenedor usaremos, esta investigación también nos ayudara a analizar la infraestructura aérea, portuaria y terrestre del país de desino de la empresa HILABA.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo principal el desarrollo de una investigación sobre la exportación de bufandas en baby alpaca al 100% específicamente al mercado de Francia.

Se investigó minuciosamente como exportar de forma factible estas bufandas de calidad al mercado francés recordando siempre que este mercado es sumamente exigente con respecto a la prenda textil, Hilaba tendrá en cuenta los costos, el incoterm, aranceles y tratados con este país para realizar una exitosa exportación con eficiencia y eficacia.

Asimismo, se detallará la elaboración de nuestra prenda, el envase, el etiquetado, el almacenamiento y la logística internacional vía marítima a usar.

Con esta investigación podremos identificar a nuestro nicho de mercado en el país de Francia, permitiéndonos posicionarnos y ser una marca reconocida.

Tabla de contenido

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
INTRODUCCIÓN	iv
RESUMEN	v
CAPITULO 1	12
PRODUCTO A EXPORTAR	12
1.1. FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	13
1.2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA	14
1.3. FLUJO GRAMA DE PROCESO DE PRODUCCIÓN	14
CAPITULO 2	16
APROVISIONAMIENTO	16
2.1. PROVEEDORES POTENCIALES	16
A) TAKALPA	16
B) GRUPO MICHELL	17
C) Editorial imprenta LUCERO SAC.	17
D) EDITORIAL CUSCO RAFF	18
E) DANNYS GRAFF	18
2.2. MATRIZ DE SELECCIÓN DE PROVEEDORES	20
2.3. CONTROL DE CALIDAD	21
A) Francia	21
B) Perú	21
2.4. COSTO DE FABRICACIÓN Y/O ADQUISICIÓN	22
A) Maquinaria	22
CAPITULO 3	24
ALMACENAMIENTO	24
3.1. ESTRATEGIA DE ALMACENAMIENTO	24
3.2. LAY-OUT DE ALMACÉN	26
3.3. DETALLE DE MOBILIARIO USADO EN ALMACENAMIENTO	27
3.4. COSTO FIJO DE ALMACÉN	27
CAPITULO 4	29
ROTULADO Y ETIQUETADO TÉCNICO	29
4.1. MODELO DE ETIQUETA / ROTULADO DEL PRODUCTO	29
4.2. NORMAS TÉCNICAS APLICABLE	30
4.3. PROCESO DE ETIQUETADO	31
4.4. TIEMPO Y COSTOS DEL PROCESO DE EMPACADO	32

CAPITULO 5	33
EMPAQUE	33
5.1. FICHA TÉCNICA DE EMPAQUE SELECCIONADO	33
5.2. CRITERIOS USADOS PARA LA SELECCIÓN DEL EMPAQUE	34
5.3. PROCESO DE EMPAQUE	35
5.4. TIEMPO Y COSTO DEL PROCESO DE EMPACADO	35
CAPITULO 6	37
EMBALAJE	37
6.1. FICHA TÉCNICA DE EMBALAJE SELECCIONADO	37
6.2. CRITERIOS USADOS PARA LA SELECCIÓN DE EMBALAJE	38
6.3. PROCESO DE EMBALAJE	39
6.4. TIEMPO Y COSTOS DE PROCESO DE EMBALAJE	39
CAPITULO 7	40
UNITARIZACIÓN	40
7.1. FICHA TÉCNICA DE CONTENEDOR SELECCIONADO	40
7.2. CRITERIOS USADOS PARA LA SELECCIÓN DEL CONTENEDOR	41
7.3. PROCESO DE CONTENEDORIZACIÓN	41
7.4. PLANO DE ESTIBA DEL CONTENEDOR	42
7.5. TIEMPO Y COSTOS DEL PROCESO DE CONTENEDORIZACIÓN	42
CAPITULO 8	43
CONTENEDORIZACIÓN	43
8.1. FICHA TÉCNICA DE SELECCIONADO	43
8.2. CRITERIOS USADOS PARA LA SELECCIÓN DE PALLET	44
8.3. PROCESO DE CONTENEDORIZACIÓN	45
8.4. PLANO DE ESTIBA DE PALLET	45
8.5. TIEMPO Y COSTOS DEL PROCESO DE PALETIZADO	46
CAPITULO 9	47
TRANSPORTE	47
9.1. PROVEEDORES DEL TRANSPORTE INTERNO	47
9.2. COSTOS DE TRANSPORTE INTERNO	48
9.3. PROVEEDORES DE SERVICIO DE TRANSPORTE INTERNACIONAL	48
9.4. COTIZACIÓN DE FLETE MARÍTIMO Y AÉREO	49
CAPITULO 10	51
TRANSPORTE	51
10.1. AGENTES DE ADUANAS	51
10.2. COSTO DE AGENCIAMIENTO	52
10.3. ASEGURADORAS	52

10.4.	POLIZA DE SEGUROS (COBERTURA Y COSTO)	53
10.5.	TERMINALES DE ALMACENAMIENTO	53
CAPITULO 11		54
INFRAESTRUCTURA PARA LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA EN EL PAÍS DE DESTINO		54
11.1.	PUERTOS, AEROPUERTOS O TERMINALES TERRESTRES DISPONIBLES PARA LA CARGA PERUANA	54
11.2.	ANÁLISIS DE LA INFRAESTRUCTURA VIAL, PORTUARIA Y AEROPORTUARIA DEL PAÍS DE DESTINO	55
11.3.	DESCRIPCIÓN, ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES PUERTOS Y AEROPUERTOS INCLUYENDO RUTAS, INFRAESTRUCTURA, CAPACIDAD, RESTRICCIONES, SERVICIOS, PROCEDIMIENTOS, COSTOS, ETC.	57
11.4.	PROCESO DE IMPORTACIÓN Y NACIONALIZACIÓN EN EL PAIS DESTINO	58
11.5.	REQUISITOS PARA IMPORTAR MUESTRAS SIN VALOR COMERCIAL	60
11.6.	DATOS DE PROVEEDORES DE SERVICIO LOGÍSTICO EN EL país DESTINO	60
CAPITULO 12		61
DISTRIBUCIÓN		61
12.1.	MAPEO DE LA SECUENCIA COMERCIAL PROVEEDOR - CONSUMIDOR	61
12.2.	IDENTIFICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN	62
12.3.	CANAL CON MAYOR FLUJO COMERCIAL PARA LAS IMPORTACIONES DEL PRODUCTO	62
12.4.	IDENTIFICACIÓN Y CUANTIFICACIÓN DE LOS MÁRGENES DE INTERMEDIACIÓN, CONDICIONES DE COMPRA (60-90-120 DÍAS, INCOTERMS UTILIZADOS), VOLÚMENES MÍNIMOS, ETC.	63
12.5.	PERSPECTIVAS ESPERADAS EN MATERIA DE EVOLUCIÓN, DIVERSIFICACIÓN, SIMPLIFICACIÓN O ESPECIALIZACIÓN DE LOS ACTORES DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.	63
12.6.	TENDENCIAS ACTUALES Y SU IMPLICACIÓN PARA LOS MÁRGENES DE COMERCIALIZACIÓN, EXIGENCIAS DE COMPRA Y COMPETENCIA DE PRODUCTOS POR CANAL.	64
CAPITULO 13		66
DISTRIBUCIÓN		66
13.1.	MATRIZ DE COSTOS	66
CAPITULO 14		¡Error! Marcador no definido.
FINANCIAMIENTO		¡Error! Marcador no definido.
14.1.	FINANCIAMIENTO	¡Error! Marcador no definido.
CONCLUSIONES		68
RECOMENDACIONES		69
REFERENCIAS		70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	13
Tabla 2	14
Tabla 3	19
Tabla 4	20
Tabla 5	23
Tabla 6	27
Tabla 7	27
Tabla 8	32
Tabla 9	33
Tabla 10	35
Tabla 11	37
Tabla 12	39
Tabla 13	40
Tabla 14	43
Tabla 15	46
Tabla 16	48
Tabla 17	52
Tabla 18	53
Tabla 19	53

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	14
Figura 2	23
Figura 3	26
Figura 4	30
Figura 5	31
Figura 6	34
Figura 7	35
Figura 8	38
Figura 9	39
Figura 10	41
Figura 11	42
Figura 12	44
Figura 13	45
Figura 14	45
Figura 15	47
Figura 16	49
Figura 17	49
Figura 18	50
Figura 19	60
Figura 20	61

CAPITULO 1

PRODUCTO A EXPORTAR

Las bufandas que realizamos en la empresa son 100% baby alpaca, lo que nos indica es muy fina para el uso, la materia prima es muy rigurosa al momento de ser seleccionada, es por ello que la empresa Hilaba se diferenciara de otras empresas, ya que no solo brindara calidad sino comodidad.

1.1. FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO

Tabla 1

Ficha técnica del producto

BUFANDAS EN FIBRA DE ALPACA BABY	
ITEMS	DESCRIPCIÓN
NOMBRE COMERCIAL	BUFANDA ANDINA
MATERIAL	FIBRA BABY ALPACA 100%
PROCEDENCIA	CUSCO - PERÚ
MEDIDA/TALLAS	ADULTO
MODELO	VARIADOS MODELOS EN COLORES ENTEROS, JASPEADOS Y CON DISEÑO ANDINOS(CUSCO)
ENVASE	BOLSAS PERSONALIZADAS BIODEGRADABLES
FORMAS DE LAVADO	LAVADO A MANO: EN UN RECIPIENTE PEQUEÑO LAVAR CON POCO JABÓN Y AGUA TIBIA Y FROTAR CON CUIDADO LA PRENDA.
MANTENIMIENTO	MANTENER EN UN LUGAR SECO PARA UNA MEJOR CONSERVACIÓN

Nota, el siguiente cuadro nos brinda información sobre la ficha técnica Fuente (PERU-ART, s.f.), Elaboración propia

1.2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Tabla 2

Partida Arancelaria

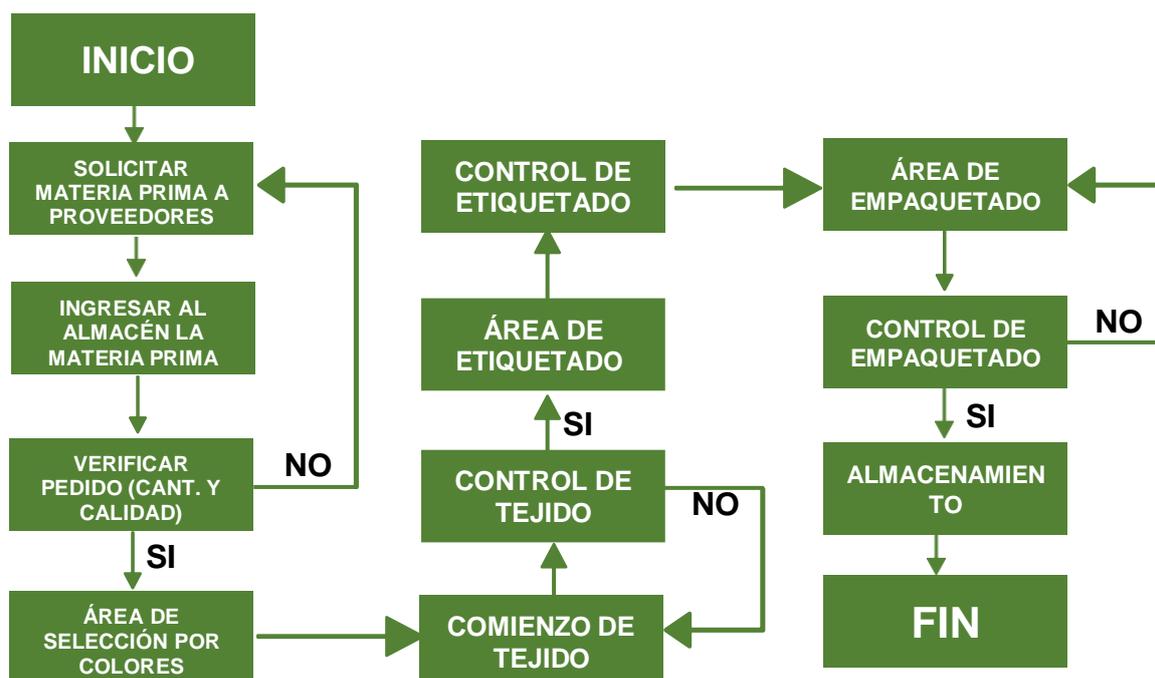
	BUFANDAS DE BABY ALPACA AL 100%
ITEM	CONCEPTO
SECCIÓN XI	MATERIAS TEXTILES Y SUS MANUFACTURAS
CAPITULO 62	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto
62.14	Chales, pañuelos de cuello, bufandas, mantillas, velos y artículos similares.
6214.20.00.00	De lana o pelo fino

Fuente (SUNAT), Elaboración propia

1.3. FLUJO GRAMA DE PROCESO DE PRODUCCIÓN

Figura 1

Elaboración de prendas en fibra de alpaca



Nota, La figura señala el proceso a usar para la elaboración de bufandas en baby alpaca al 100%. Fuente, elaboración propia.

PASO 1: Solicitar la materia prima a los proveedores

Paso 2: Ingresar al almacén la materia prima (Recepción).

Paso 3: Verificar pedido en calidad y cantidad, de estar apto proceder al siguiente paso, de no estar aptos se retorna a la solicitud de materia prima.

Paso 4: Se realiza la selección de materia prima por color.

Paso 5: Una vez seleccionado la materia prima se comienza el tejido de la bufanda (tomando en cuenta si es con diseño o no).

Paso 6: Acabado la confección se realiza el control de tejido, si está apto procede al área de etiqueta, de no ser el caso se retorna al área de tejido.

Paso 7: En este paso procedemos en colorar la etiqueta en la bufanda.

Paso 8: Pasa a control de etiquetado.

Paso 9: Pasa al área de empaquetado.

Paso 10: una vez culminado el empaquetado se procede al área de control de este mismo.

Paso 11: Culminando en el área de almacenaje para su entrega.

CAPITULO 2

APROVISIONAMIENTO

2.1. PROVEEDORES POTENCIALES

A) TAKALPA

TAKALPA S.A.C. empresa que fue fundada en Arequipa Perú. Cuya finalidad es la especialización en la industria de la fibra de las llamas, alpacas, ovejas, vicuñas, etc. (TAKALPA E.I.R.L., 2021).

- Dirección oficina: Local 103, Plaza Guilardi Tingo, Arequipa
Teléfonos: +51 54247332 / +51 923628501
Correo: info@takalpa.com
- Dirección planta: Local A, La Chabuca y El Alto, Socobaya, Arequipa

- Teléfonos: +51 54247332 / +51 923628501

Correo: info@takalpa.com

B) GRUPO MICHELL

Michell & Cia grupo pionero en la industria de la fibra de los distintos camélidos, contando con más de 90 años en este rubro, asimismo somos una empresa que produce y exporta a nivel mundial los distintos hilados de los distintos camélidos (MICHELL GRUPO, s.f.).

- Dirección Sucursal Cusco: Calle Granada 291 Cercado Cusco
Teléfonos: +51 84601434
Correo: jyanez@michell.com.pe
- Dirección Of. Principal Arequipa: Juan de la Torre N° 101 San Lázaro
Arequipa Perú
Teléfonos: +51 54 22525 / 605000
Correo: jyanez@michell.com.pe

C) Editorial imprenta LUCERO SAC.

Editorial Imprenta LUCERO S.A.C., contando con una tecnología innovada en maquinaria brindamos nuestros servicios de calidad, ya que todos nuestros colaboradores están involucrados en cada proceso a realizar, con la finalidad de generar productos y servicios óptimos (Torres, 2021).

Ya con más de 22 años en el mundo de la gráfica nos calificamos como empresa líder en el rubro gráfico. (Torres, 2021).

- Dirección planta: Calle Ruinas 435
Teléfonos: 084 241255 / 984 939610
Pág. Web. : editoriallucero.wordpress.com

D) EDITORIAL CUSCO RAFF

Teniendo una línea de producción con maquinaria altamente tecnológica, escritores publicaron su libro, empresa se diferenciaron por la calidad de formatearía presentada, es así que Editorial Cusco Graff se diferencia con el resto de imprentas en el Cusco, brindamos la capacitación a nuestro personal con el único objetivo de brindarle trabajos de primera, contamos ya con más de 26 años dedicándonos a la imprenta (CUSCO GRAFF, 2020).

- Dirección oficina: Jerusalén E-9, Santiago Cusco,
Teléfonos: 984 400 336
Correo: ventas@uscograff.com

E) DANNYS GRAFF

Empresa especializada en el rubro de la impresión de libros, brindando servicio de impresión a todas las instituciones públicas o privadas, teniendo como principal objetivo brindar una atención y trabajos de calidad (DANNYSGRAFF, 2020).

- Dirección oficina: Calle Qera 238, Cusco
Teléfonos: +51 984 608140 / +51 084 240932
Correo: ventas@dannysgraff.com

Tabla 3

Proveedores potenciales

PROVEEDOR	DATOS
	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección oficina: Local 103, Plaza Guilardi Tingo, Arequipa Teléfonos: +51 54247332 / +51 923628501 Correo: info@takalpa.com • Dirección planta: Local A, La Chabuca y El Alto, Socobaya, Arequipa Teléfonos: +51 54247332 / +51 923628501 Correo: info@takalpa.com
	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección Sucursal Cusco: Calle Granada 291 Cercado Cusco Teléfonos: +51 84601434 Correo: jyanez@michell.com.pe • Dirección Of. Principal Arequipa: Juan de la Torre 101 San Lázaro Arequipa Perú Teléfonos: +51 54 22525 / 605000 Correo: jyanez@michell.com.pe
	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección planta: Calle Ruinas 435 Teléfonos: 084 241255 / 984 939610 Pág. Web. : editoriaallucero.wordpress.com
	<p>Dirección oficina: Jerusalén E-9, Santiago Cusco, Teléfonos: 984 400 336 Correo: ventas@cuscograff.com</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección oficina: Calle Qera 238, Cusco Teléfonos: +51 984 608140 / +51 084 240932 Correo: ventas@dannysgraff.com

Nota, Esta tabla muestra información sobre los proveedores potenciales que nuestra empresa considera para la adquisición de sus insumos. Fuente, Elaboración propia.

2.2. MATRIZ DE SELECCIÓN DE PROVEEDORES

Tabla 4

Cuadro de matriz de selección de proveedores

CRITERIOS	PESO POND.	PROVEEDORES									
		TAKALPA		GRUPO MICHELL		EDIT. IMP. LUCERO		VALENCIA GRAFF		DANNYS GRAFF	
		PTOS.	VALOR	PTOS.	VALOR	PTOS.	VALOR	PTOS.	VALOR	PTOS.	VALOR
CALIDAD	30	13	3.90	18	5.40	13	3.9	10	3	18	5.4
PRECIO	10	10	1.00	14	1.40	11	1.1	17	1.7	14	1.4
TIEMPO DE ENTREGA	5	7	0.35	18	0.90	10	0.5	7	0.35	15	0.75
FORMA DE ENTREGA	5	10	0.50	15	0.75	7	0.35	8	0.4	14	0.7
FACILIDAD DE PAGO	15	14	2.10	18	2.70	14	2.1	14	2.1	14	2.1
GARANTÍA	10	10	1.00	17	1.70	10	1	13	1.3	18	1.8
DESCUENTOS	5	10	0.50	10	0.50	13	0.65	14	0.7	15	0.75
CALIDAD DE ATENCIÓN	7	8	0.56	19	1.33	11	0.77	12	0.84	14	0.98
VALIDEZ DE LA OFERTA	8	9	0.72	16	1.28	5	0.4	7	0.56	8	0.64
DEVOLUCIÓN MATERIAL MALGRADO	5	2	0.10	9	0.45	2	0.1	3	0.15	0	0
	100.00		10.73		16.41		10.87		11.1		14.52
					APTO						APTO
		PUNTOS	0 A 20								
		DONDE:	0 A 10	NO APTO	11 A 20	APTO					

Nota, Esta tabla nos da a conocer las empresas que están aptas para brindarnos materia prima de la fibra de baby alpaca. Fuente, Elaboración Propia

2.3. CONTROL DE CALIDAD

A) Francia

Norma ISO 9000:2000

En la versión ISO 9000:2000, el enfoque del proceso se apoya en:

- La identificación metódica de los procesos del organismo y de sus interacciones, y luego
- Su control (definición de objetivos, monitoreo, análisis y mejora).

Con la finalidad de dar satisfacción a los usuarios y también a los minoristas en venta, este proceso de identificación nos permite determinar de que forma repercute la satisfacción en nuestros clientes.

Asimismo, este enfoque nos brinda una visión transversal de la organización estructurada según el proceso que realiza, de forma así que nos brinda conocimientos de cómo mejorar las diferentes interfaces entre las actividades que se realiza en la organización asimismo nos motiva a compartir en toda la organización la meta que tenemos en común (AFNOR, s.f.).

Norma ISO 9001:2000

Mejora Continua: tener una buena mejora continua dentro de una organización nos da como resultado una mejora en nuestros productos, procesos y calidad. (AFNOR, s.f.)

Nos referimos a mejora en nuestro producto cuando decimos que identificamos y eliminamos las no conformidades de este. (AFNOR, s.f.)

B) Perú

Las certificaciones que se detallaran líneas más abajo son necesarias a nivel internacional para realizar una buena exportación de un producto.

En la actualidad visualizando que la competitividad que se da a nivel internacional va en aumento el implementar y certificar diversos Sistemas de gestión nos permite asegurar la calidad en nuestros productos (Marketingindustrial.pe, 2016).

En Perú es importante implementar las normas de calidad con respecto a:

- Gestión de la Calidad (ISO 9001)
- Seguridad de la Cadena de Suministro (ISO 28000)
- Seguridad de la Información (27001)
- Seguridad Alimentaria (ISO 22000)
- Comercio Seguro (BASC)

Son sistemas que permiten controlar correctamente los peligros y así reducir los riesgos a cada uno de los involucrados en la organización (Marketingindustrial.pe, 2016).

Estas herramientas nos aseguran calidad y asimismo una mejora continua (Marketingindustrial.pe, 2016).

2.4. COSTO DE FABRICACIÓN Y/O ADQUISICIÓN

A) Maquinaria

- Maquina tejedora Singer 360: Máquina de tejer marca Singer modelo MEMO- MATIC 360 (para lana de madeja - Galga 5) tarjetera, con pretinadora marca Singer marca SRP-50, mueble y accesorios completos.

Tarjetera significa que se introduce una tarjeta perforada con el diseño elegido en la memoria mecánica y la maquina diseña automáticamente la tarjeta seleccionada. (GeraldinsImport, s.f.)

Figura 2

Maquina tejedora Singer 360



Nota, La siguiente imagen nos muestra la maquina a usar para la elaboración de la bufanda. Fuente, (GeraldinsImport, s.f.)

Tabla 5

Costo de producción

CONFECCION DE 1000 BUFANFAS	MED	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
FIBRA DE BABY ALPACA POR CONO DE 1 KL	CONOS	300	S/.180.00	S/.54,000.00
ETIQUETA SEGÚN MODELO	UNIDAD	1000	S/.0.15	S/.150.00
Maquina tejedora Singer 360	UNIDAD	6	S/.2,000.00	S/.12,000.00
TERRENO, MUEBLES Y ENSERES USADOS EN OFICINA	UNIDAD	1	S/.4,000.00	S/.4,000.00
EQUIPO DE COMUNICACIÓN	UNIDAD	4	S/.240.00	S/.960.00
PAPEL BOND A-4	MILLAR	1	S/.26.00	S/.26.00
LAPICEROS	CJAS	2	S/.35.00	S/.70.00
SILLAS DE OFICINA	UNIDAD	4	S/.150.00	S/.600.00
ESCRITORIO	UNIDAD	4	S/.70.00	S/.280.00
ANAQUELES ALMACENES	UNIDAD	8	S/.150.00	S/.1,200.00
MANO DE OBRA	UNIDAD	6	S/.1,200.00	S/.7,200.00
			TOTAL	S/.80,486.00

Nota, El siguiente cuadro muestra los gastos incurridos en la producción de las bufandas. Fuente Elaboración propia

CAPITULO 3

ALMACENAMIENTO

3.1. ESTRATEGIA DE ALMACENAMIENTO

con la finalidad de crear un buen almacenamiento usara 7 estrategias básicas, las cuales son:

- **Usar al máximo el espacio**

Es generar una adecuada distribución del espacio interno de nuestro almacén, de forma que esta nos permita maximizar el espacio de almacenamiento, para poder generar un buen uso de nuestro espacio de almacenamiento usaremos distintos modelos de carretillas y montacargas (Hill, 2018).

- **Promover medidas de seguridad**

Se refiere a alentar a nuestro personal a que use equipos de protección personal y capacitarlos constantemente, lo que nos permitirá mitigar riesgos (Hill, 2018).

- **Ejecutar Cross Docking**

Es el proceso de gestión de la cadena de suministro que tiene como fin reducir el tiempo de almacenaje lo que nos facilitara que nuestro productos no permanezcan mucho tiempo en los anaqueles y tengan una rotación rápida (Hill, 2018).

- **Generar ciclos de conteo**

Significa realizar un control de nuestra mercadería física cada cierto tiempo(no a fin de año) de forma que nos permita corregir errores de inventario (Hill, 2018).

- **Dar importancia al control de calidad**

Se realizara ña verificación de los pedidos antes de entregarlos al cliente (Hill, 2018).

- **Emplear la tecnología adecuada**

Usando la tecnología adecuada lograremos tener un buen registro del ingreso a nuestro almacén generando asi la variación de stock (Hill, 2018).

3.2. LAY-OUT DE ALMACÉN

Figura 3

Distribución de la empresa

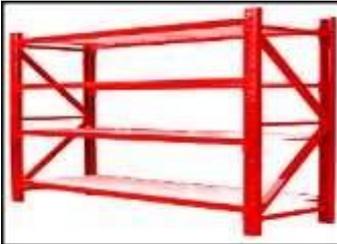


Nota, La siguiente imagen nos muestra la distribución que tendrá nuestra empresa. Fuente, Elaboración propia.

3.3. DETALLE DE MOBILIARIO USADO EN ALMACENAMIENTO

Tabla 6

Mobiliario detallado usado en el almacén

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN
	<p>Anaqueles Mini Rack de manejo manual. *Sencillo de armar, desarmar y modificar altura. *Para guardar diversos tamaños de productos. *Plataforma o paneles de metal, madera y/o aglomerado. *Cuenta con mayor espacio de carga y almacenaje</p>
	<p>Carro para almacén, servirá para transportar la materia prima de un área a otra. *Soldado totalmente excepto las ruedas *Con cuatro charolas *De gran resistencia y durabilidad</p>
	<p>La transpaleta manual Longitud de las horquillas unos 1 150 mm. Anchura entre horquillas 210 mm, Anchura externa de las horquillas 530 mm. Longitud total 1 550 mm. Capacidad de carga hasta 2 000 kg.</p>

Nota, El siguiente cuadro nos muestra el mobiliario usado en nuestro almacén, Fuente, Elaboración propia

3.4. COSTO FIJO DE ALMACÉN

Tabla 7

Costos de almacén

CONCEPTO	MONTO	CANT.	TOTAL
INSTALACIONES DE PLANTA	S/. 1,500.00	1	S/. 1,500.00

ANAQUELES	S/. 140.00	20	S/. 2,800.00
CARRO PARA ALMACÉN	S/. 200.00	3	S/. 600.00
TRASPALETA MANUAL	S/. 1,000.00	2	S/. 2,000.00
SERVICIOS(LUZ, AGUA)	S/. 600.00	1	S/. 600.00
PERSONAL DE ALMACÉN	S/. 1,200.00	4	S/. 4,800.00
MANTENIMIENTO	S/. 500.00	1	S/. 500.00
SEGUROS	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
TOTAL			S/. 14,800.00

Nota, El siguiente cuadro nos muestra los costos que se usara en nuestro almacén. Fuente, Elaboración propia.

CAPITULO 4

ROTULADO Y ETIQUETADO TÉCNICO

4.1. MODELO DE ETIQUETA / ROTULADO DEL PRODUCTO

La etiqueta a usar será en cartulina folckote de calibre 14, plastificado ambas caras, con el logo respectivo de la marca, indicando a si el lote, cantidad, lugar de fabricación, ira en inglés y en español.

Figura 4

Etiqueta del producto



Nota, La siguiente imagen muestra la etiqueta a usar en nuestro producto. Fuente, Elaboración propia.

4.2. NORMAS TÉCNICAS APLICABLE

4.2.1. Requerimientos de etiquetado en Francia

Los productos textiles son sujetos a variados requisitos de etiquetado, cada producto textil debe llevar una etiqueta que, de identificación de los fabricantes, el nombre(marca) y la composición (SIICEX, s.f.).

Todos estos productos deben llevar su etiqueta que permita visualizar la cantidad de fibra de la que está compuesta, asimismo esta información brindada debe ser clara y legible esta información debe ser en francés (SIICEX, s.f.).

Los productos deben usar la descripción de “100%” o “puro” en caso estos estén hechos de pura fibra (SIICEX, s.f.).

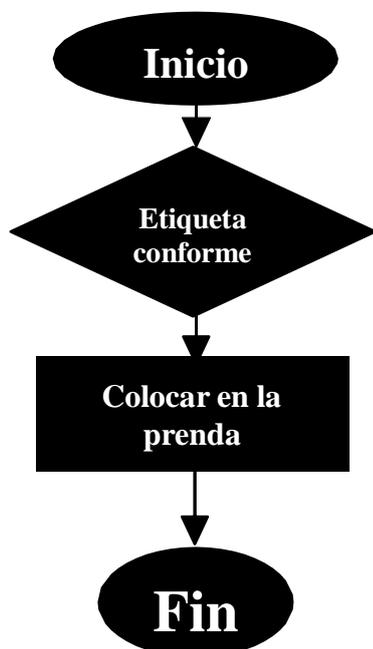
Se indica también que si el producto es elaborado de algodón que es exclusivamente obtenidas de las fibras de copa de algodón se usara el término “ALGODÓN” , si el producto está compuesto de pura fibra de camélidos se usara los términos “LANA VIRGEN” o “LANA VELLÓN” (SIICEX, s.f.).

También se indica que solo los productos que estén para venta final deberán ser etiquetados (SIICEX, s.f.).

4.3. PROCESO DE ETIQUETADO

Figura 5

Procesos de etiquetado



Nota, la siguiente imagen muestra el proceso de etiquetado a seguir de la empresa. Fuente, elaboración propia.

4.4. TIEMPO Y COSTOS DEL PROCESO DE EMPACADO

Tabla 8

Tiempo y costos de etiquetado

TIEMPO			
PRENDA	CANT.	TIEMPO (MIN)	
BUFANDA	1	2	
	1000	2000	

COSTOS			
PERSONAL	2	S/. 1,200.00	S/. 2,400.00
EMPAQUE(ETIQUETA)	1000	S/. 0.20	S/. 200.00
			S/. 2,600.00

Nota, el siguiente cuadro nos muestra los costos y el tiempo invertido en el proceso de empaquetado. Fuente, elaboración propia

CAPITULO 5

EMPAQUE

5.1. FICHA TÉCNICA DE EMPAQUE SELECCIONADO

Tabla 9

Ficha técnica de empaques

EMPAQUE PRIMARIO	DESCRIPCIÓN
BOLSA BIODEGRADABLE PERSONALIZADO	Para el envase de productos de vestimenta se utilizan generalmente bolsas o envoltorios de papel, tela o plástico (polietileno o polipropileno).
NOMBRE DE LA MARCA	HILABA
NOMBRE DE LA EMPRESA	HILABA
MEDIDA	19cm*20cm
EMPAQUE SECUNDARIO	DESCRIPCIÓN
BOLSA DE PAPEL BIODEGRADABLE PERSONALIZADO	De acuerdo con la Directiva 94/62 de la Comisión Europea, los envases y embalajes a utilizarse deben estar fabricados de materiales reciclables. Asimismo, los embalajes de madera de todo tipo (cajones, cajas, jaulas, tambores, paletas y paletas-cajón) deben someterse a alguno de los tratamientos fitosanitarios establecidos en la Directiva 2004/102(tratamiento térmico, fumigación o impregnación química a presión), acreditando el proceso con un certificado.
NOMBRE DE LA MARCA	HILABA
NOMBRE DE LA EMPRESA	HILABA
MEDIDA	25CM*24CM*5CM

Nota, el siguiente cuadro nos muestra la ficha técnica requerida para el empaque a usar. Fuente, (PROMPERU, SERVICIO AL EXPORTADOR, 2017)

Figura 6

Empaque del producto



Nota, la siguiente imagen nos muestra el empaque del producto. Fuente, elaboración propia

5.2. CRITERIOS USADOS PARA LA SELECCIÓN DEL EMPAQUE

Actualmente el material que más se usa para realizar los embalajes y empaques son: madera, plástico, cartón y papel.

En la actualidad encontramos la combinación de estos materiales para la elaboración de empaques, que tiene como fin brindar una protección a los productos finales.

En nuestro empaque primario teniendo en cuenta que hoy en día se toma en cuenta bastante al medio ambiente usaremos, bolsas biodegradables, asimismo en nuestro empaque secundario se usara papel biodegradable, en ambos casos cabe resaltar que ira impreso nuestro logo personalizando así nuestros empaques.

Los criterios usados son fundamentalmente 4:

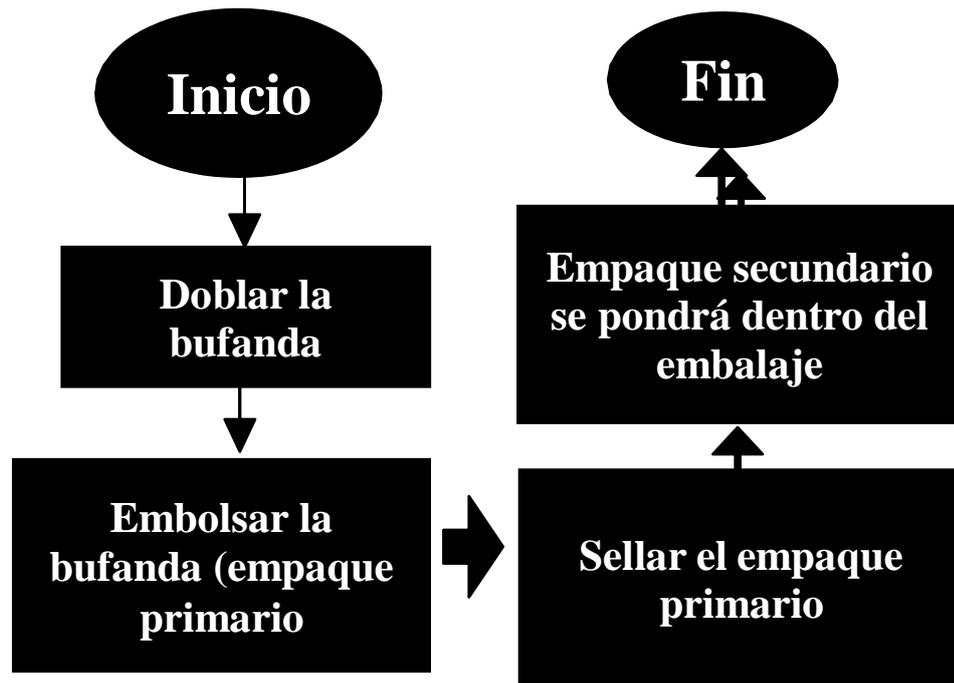
- El costo
- La Normas dictadas por el país al cual exportaremos

- La facilidad de manejo
- La personalización

5.3. PROCESO DE EMPAQUE

Figura 7

Proceso de empaquetado



Nota, siguiente imagen nos muestra el proceso de empaquetado que realizara Hilaba. Fuente, elaboración propia

5.4. TIEMPO Y COSTO DEL PROCESO DE EMPACADO

Tabla 10

Tiempos y costo del proceso de empacado

TIEMPO		
PRENDA	CANT	TIEMPO (MIN)
Bufanda	1	6
	1000	6000

COSTOS			
ÍTEMS	CANT	MONTO	TOTAL
PERSONAL	3	S/. 1,200.00	S/. 3,600.00
EMPAQUE PERSONALIZADO(CIERRE HERMÉTICO)	1000	S/. 0.60	S/. 600.00
			S/. 4,200.00

Nota, el siguiente cuadro nos muestra el tiempo y costo de empaquetado de las bufandas. Fuente, elaboración propia

CAPITULO 6

EMBALAJE

6.1. FICHA TÉCNICA DE EMBALAJE SELECCIONADO

Tabla 11

Ficha técnica

ESPECIFICACIONES TECNICAS	
CAPACIDAD	30 UNID
MATERIAL	Microcorrugado
MEDIDA	64cm*20cm*41cm
FORMA	RECTÁNGULA
REUSABLE	SI

Nota, el siguiente cuadro nos muestra las especificaciones técnicas que la empresa toma con respecto al embalaje seleccionado. Fuente, elaboración propia

Figura 8

Modelo de embalaje



Nota, la siguiente imagen nos muestra el embalaje personalizado que usara nuestra empresa para enviar nuestros productos. Fuente, elaboración propia

6.2. CRITERIOS USADOS PARA LA SELECCIÓN DE EMBALAJE

- Permite ganar espacio
- Permiten promocionar el producto
- Magnífica relación calidad costo
- Producto fácil de reciclar y deteriorarse debido al insumo con el cual está preparado
- Permite la mantener de forma agrupada nuestros productos.
- Nos brinda resistencia de peso
- Nos brinda facilidad a la hora del transporte.

6.3. PROCESO DE EMBALAJE

Figura 9

Proceso de embalaje de Hilaba



Nota, la siguiente imagen nos muestra el proceso de embalaje a usar. Fuente, elaboración propia.

6.4. TIEMPO Y COSTOS DE PROCESO DE EMBALAJE

Tabla 12

Tiempos y costo del proceso de embalaje

TIEMPO		
PRENDA	CAJAS - 30 UNID C/U	TIEMPO (MIN)
CHOMPA TALLA 6	1	15
	34	510

COSTOS			
ITEMS	CANT	MONTO	TOTAL
Personal	2	S/. 1,200.00	S/. 2,400.00
Caja de embalaje	1000	S/. 7.00	S/. 7,000.00
Cinta de papel	7	S/. 25.00	S/. 175.00
			S/. 9,575.00

Nota, el siguiente cuadro nos muestra el tiempo y los costos usados en el proceso de embalaje. Fuente, elaboración propia.

CAPITULO 7

UNITARIZACIÓN

7.1. FICHA TÉCNICA DE CONTENEDOR SELECCIONADO

Tabla 13

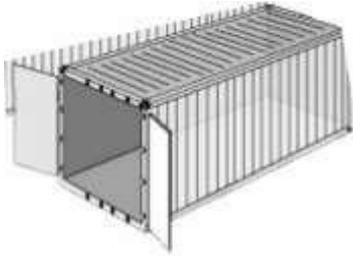
Ficha técnica de contenedor

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
ÍTEM	CONTENEDOR DRY DE 20 PIES
CANTIDAD	2
USO	Sirven para transportar diferentes mercaderías que comúnmente van agrupadas en palés, cajas, sacos o bidones
DISEÑO	Habitualmente se fabrican con acero y disponen de una puerta de dos hoja
MEDIDAS	6.05M LARGO * 2.43M ANCHO * 2.59DE ALTO

Nota, el siguiente cuadro nos muestra el contenedor a usar para el envío de nuestro producto. Fuente, elaboración propia.

Figura 10

Contenedor



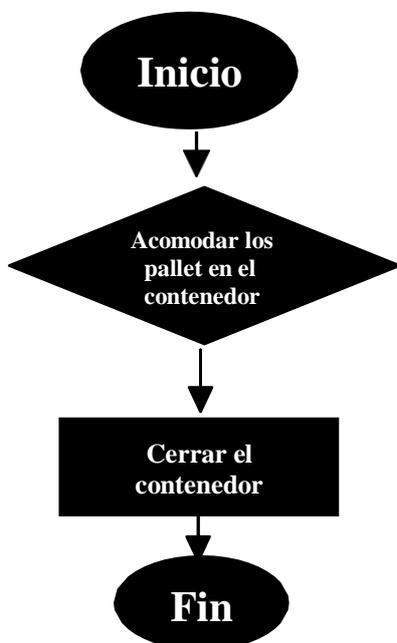
Nota, la siguiente imagen nos muestra el contenedor usado para el envío de nuestro producto. *Fuente*, (LOGISTICS, s.f.)

7.2. CRITERIOS USADOS PARA LA SELECCIÓN DEL CONTENEDOR

- Facilita el transporte vía marítima sin que se dañe la mercadería
- Los costos son más económicos
- Son más accesibles
- Asegura la carga en su totalidad

7.3. PROCESO DE CONTENEDORIZACIÓN

Proceso de unitarización

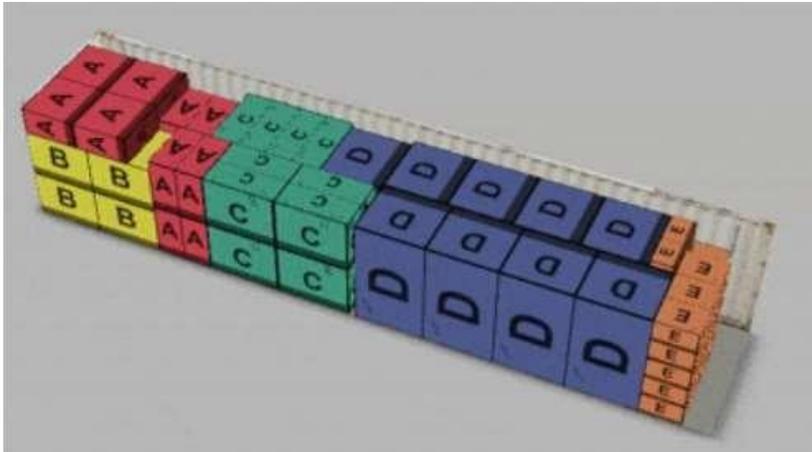


Nota, la siguiente imagen nos muestra el proceso de contenedorización a usar. *Fuente*, *elaboración propia*

7.4. PLANO DE ESTIBA DEL CONTENEDOR

Figura 11

Plano de estiba del contenedor



Nota, la siguiente imagen nos muestra el plano de estiba usado en para nuestro contenedor. *Fuente*, (EASYCARGO, 2021)

7.5. TIEMPO Y COSTOS DEL PROCESO DE CONTENEDORIZACIÓN

Tiempo y costos de contenedorización

TIEMPO Y COSTO DE PROCESO DE CONTENEDORIZACION		
Item	Tiempo	Costo
Trámite Aduanero	4 horas	S/. 2,000.00
Sellado de contenedor	3 horas	S/. 350.00
Inspección y reconocimiento	1 hora	S/. 1,500.00
Total	6 horas	S/. 3,850.00

Nota, el siguiente cuadro nos muestra el tiempo y costos invertidos en el proceso de contenedorización. *Fuente*, elaboración propia

CAPITULO 8

CONTENEDORIZACIÓN

8.1. FICHA TÉCNICA DE SELECCIONADO

Tabla 14

Ficha técnica pallet

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
ITEM	PALLET EUROPALETA
CANTIDAD	2
USO	TRNASPORTE DE MERCADERIA CON MANIPULEO FACIL Y RAPIDO
DISEÑO	DE MADERA
MEDIDAS	800mm largo * 1200mm de ancho
PESO	25 KG
CARGA DE TRABAJO	1500 KG

*Nota, el siguiente cuadro nos muestra las especificaciones técnicas tomadas en cuenta para la elección de nuestro pallet.
Fuente, elaboración propia*

Figura 12

Modelo de pallet



Nota, la siguiente imagen nos muestra el pallet a usar para agrupar nuestra mercadería. Fuente, (EUROPALET.COM, s.f.)

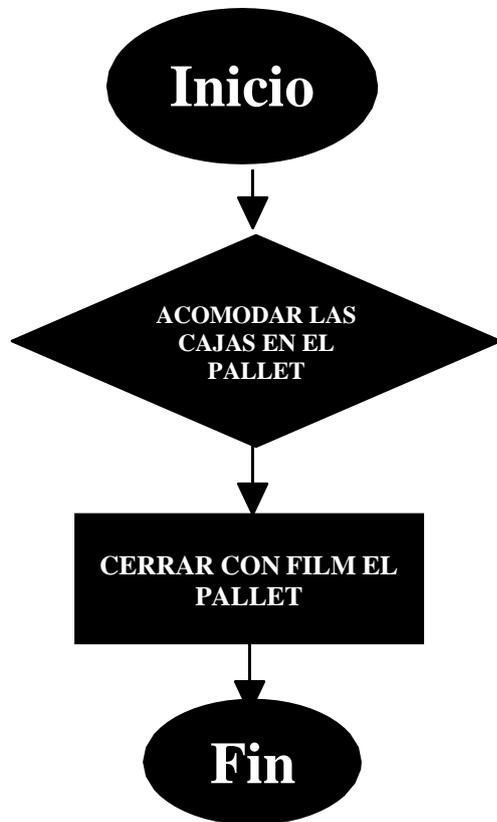
8.2. CRITERIOS USADOS PARA LA SELECCIÓN DE PALLET

- Los criterios a tomar en cuenta son los siguientes:
- Es de fácil acceso
- Fácil manipuleo
- Precio cómodo
- Es reutilizable
- Su mantenimiento es económico
- De vida útil largo

8.3. PROCESO DE CONTENEDORIZACIÓN

Figura 13

Proceso de contenedorización

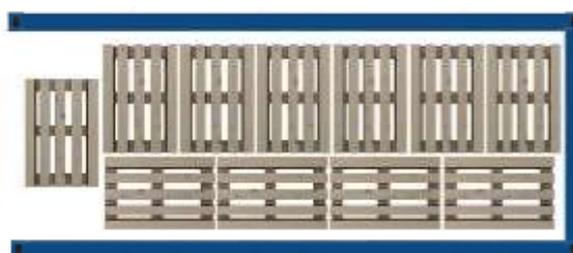


Nota, La siguiente imagen nos muestra el proceso de contenedorización. *Fuente*, elaboración propia

8.4. PLANO DE ESTIBA DE PALLET

Figura 14

Estiba de pallet



**Contenedor 20" estándar
11 europalets**

Nota, la siguiente imagen nos muestra el plano de estiba del pallet. *Fuente*, (SERVICES, 2022)

8.5. TIEMPO Y COSTOS DEL PROCESO DE PALETIZADO

Tabla 15

Tiempo y costos del proceso de paletizado

TIEMPO Y COSTO DE PROCESO DE PALETIZADO		
Ítems	Tiempo	Costo
Proceso de paletizado	3 horas en 2 pallet	S/. 400.00
Total		S/. 400.00

Nota, El siguiente cuadro nos muestra el tiempo y costos incurridos en el proceso de paletizado. *Fuente*, elaboración propia

CAPITULO 9

TRANSPORTE

9.1. PROVEEDORES DEL TRANSPORTE INTERNO

- **SHALOM**

Dirección: Av. Vía Expresa Mz. E Lote 8. Parque Industrial Wanchaq

Shalom Horarios de atención:

- Lunes a Sábados 07:00 a 19:00

- Domingos cerrado

Teléfono: 984781904

Figura 15

Logo de la empresa SHALOM



Nota, La siguiente imagen nos muestra el logo de la empresa a usar para el transporte de nuestra mercadería. Fuente, (SHALOM, s.f.).

9.2. COSTOS DE TRANSPORTE INTERNO

Tabla 16

Costos de transporte interno

**RUTA A CUSCO – LIMA (Puerto De Callao)
1,107.6 km (VÍA TERRESTRE)**

COSTOS			
ITEMS	CANT (KL)	MONTO	TOTAL
CARGA *		S/.	S/.
PALLET	180	2.50	450.00

Nota, el siguiente cuadro nos muestra el costo de transporte interno. Fuente, elaboración propia.

9.3. PROVEEDORES DE SERVICIO DE TRANSPORTE INTERNACIONAL

Para el transporte internacional contactaremos con la línea naviera con la empresa “PERUVIAN SUPPLY PARTNERS”, que es una empresa especialista en cargas consolidadas de importación y exportación, además es una empresa líder en el mercado de transporte internacional, esta nos brindara dentro del servicio de transporte lo que es llenado de contenedor, como depósito temporal y más.

9.4. COTIZACIÓN DE FLETE MARÍTIMO Y AÉREO

Figura 16

Cotización vía marítima

Puerto de origen (Perú)	Puerto de destino	US\$ Tarifa promedio de flete por contenedor (*)				Días de tránsito (**)	Frecuencia de salida (**)	Líneas navieras
		Contenedores			Mercadería Consolidada Tm/m ³			
		20 pies	40 pies	40 pies refrigerado				
Callao	Balboa (Panamá)	1,350	1,700	2,400	75	3	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Cartagena (Colombia)	1,500	2,500	4,500	100	9	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Leixoes (Portugal)	2,800	3,500	5,000	100	26	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Le Havre (Francia)	2,900	3,800	5,500	100	35	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Rotterdam (Países Bajos (Holanda))	3,000	3,900	6,000	100	24	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Hamburgo (Alemania)	3,200	4,000	7,200	120	25	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Amberes (Bélgica)	3,200	4,000	7,200	100	26	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Tilbury (Reino Unido)	3,200	4,000	7,300	120	30	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Bremerhaven (Alemania)	3,210	4,100	7,350	100	28	SEMANAL	Ver líneas

Nota, el siguiente cuadro nos muestra una cotización vía marítima del traslado de nuestra mercadería. Fuente, (SIICEX R. M., s.f.)

Figura 17

Cotización de puerto a puerto

Líneas Navieras: Callao - Le Havre		Línea naviera	Agente	Depósito	Días de tránsito	Frecuencia de salida
Puerto de origen: Callao (Perú)		CMA CGM	CMA CGM PERU SAC	UNIMAR	37	SEMANAL
Puerto de destino: Le Havre (Francia)		HAMBURG SUD	COLUMBUS	ALCONSA	45	SEMANAL
Tarifa promedio de flete por contenedor 20 pies: \$ 2900 40 pies: \$ 3800 40 pies refrigerado: \$ 5500		HAPPAG LLOYD	TRAMARSA	DPWORLD	25	SEMANAL
Mercadería Consolidada Tm/m ³ \$ 100						

Nota, el siguiente cuadro nos muestra una cotización del puerto de Callao – Perú al puerto de La Havre Francia. Fuente, (SIICEX R. M., s.f.)

Figura 18

Cotización de puerto a puerto

Ciudad de destino: PARIS		Depósito temporal: TALMA		Frecuencia de salida: 5 VECES				
Conectividad & Tiempo de tránsito		Ruta 1	Ruta 2	Ruta 3	Ruta 4	Ruta 5	Ruta 6	Líneas Aéreas
Japón - Osaka 2:3 escalas y 14h 00 min de tránsito								
1. LIMA - PERÚ	00h 00 min	Lima - Perú						Air
2. Lima - Perú	32h 55 min	Paris - Francia						Europa
3. París - Francia	14h 00 min	Osaka - Japón						Air
								France
								Iberia
								KLM
Flete Aéreo Promedio								Peso por flete
Tarifa por kilo								
0 - 50 Kilos		51 - 100 Kilos		101 - 300 Kilos		301 - 500 Kilos		501 - 1,000 Kilos
US\$ 6.88 /Kg		US\$ 4.80 /Kg		US\$ 4.20 /Kg		US\$ 3.40 /Kg		US\$ 1.90 /Kg

Nota, El siguiente cuadro nos muestra una cotización para el envío de nuestro producto vía aérea (Promperu, s.f.)

CAPITULO 10

TRANSPORTE

10.1. AGENTES DE ADUANAS

- **Transpacicargo**

Calle Pedro Donofrio 272

Urb. El Aguila - Bellavista - Calla

(511) 7641004 – 920 543 580

comercial@transpacicargo.pe

- **Grupo Aduan**

Av. Venezuela 2215 of. 401 Bellavista, Callao, Peru

981 407109

- **Orvex logística inteligente**

Calle De la roca de vergallo 493

oficina 1305

Magdalena del mar – Perú / Oficina: 014069034

Movil: 974639139 / Movil: 936911067

Email: ventas@orvexlogistics.com

10.2. COSTO DE AGENCIAMIENTO

Tabla 17

Costo de agenciamiento

TIEMPO Y COSTO DE AGENCIAMIENTO	
Descripción	Costo
Proceso de agenciamiento	S/. 1000.00
Total	S/. 1000.00

Nota, el siguiente cuadro nos brinda información sobre el tiempo y costo de agenciamiento. Fuente, elaboración propia.

10.3. ASEGURADORAS

- **AVLA**

Brinda seguros de exportación que brinda protección y estabilidad a nuestro negocio a la hora de realizar la exportación de un producto (AVLA, s.f.).

Dirección: Calle Las Begonias 415, San Isidro, Piso 3.

infoperu@avla.com / +51 1715 4400.

- **Hanseatica**

Protegemos lo más valioso ¡tú carga!

Av. del Libertador 498, Piso 21, CABA

(+549) 11-6202-1522

(+5411) 5353-2600

comunicaciones@hanseatica.com

10.4. POLIZA DE SEGUROS (COBERTURA Y COSTO)

Tabla 18

Cotización de seguro empresa AVLA

Seguro AVLA:	
Sobreseguro	10%
tasa %	0.20%
Derecho de Emisión	3%
IGV	18%
Operación:	
CFR	\$29,434.00
Sobre seguro	\$2,943.40
SUMA ASEGURADA	\$32,377.40
PRIMA NETA	\$64.75
+	
Derecho de Emisión	+ \$1.94
IGV	\$12.01
SEGURO TOTAL	\$78.70

Nota, el siguiente cuadro nos brinda información de la cotización brindada de la empresa AVLA. Fuente, elaboración propia.

10.5. TERMINALES DE ALMACENAMIENTO

Tabla 19

TERMINALES DE ALMACENAMIENTO:

EMPRESA	DIRECCIÓN	INF. ADICIONAL
COSMOS	Mariscal Miller 450 piso 9	(51 1) 714 4444
AGENCIA MARITIMA	Callao 1 - Perú.	(51 1) 714 4490
NOWPORTS	Av. Victor Andrés Belaúnde 147	-----

Nota, el siguiente cuadro nos brinda información sobre terminales de almacenamiento. Fuente, elaboración propia.

CAPITULO 11

INFRAESTRUCTURA PARA LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA EN EL PAÍS DE DESTINO

11.1. PUERTOS, AEROPUERTOS O TERMINALES TERRESTRES DISPONIBLES PARA LA CARGA PERUANA

Francia es privilegiada por sus rutas marítimas, ya que son las más transitadas en el mundo Asimismo Francia cuenta con 4 litorales que a su vez las conectan con 4 continentes. (Montpellier, s.f.).

- En principio encontramos a el mar mediterraneo, ubicándose ahí el puerto de Marsella – Fos que esta nos conecta con Europa. (Montpellier, s.f.).
- En segundo lugar a el océano atlántico que esta conecta la unión europea con Africa y America. (Montpellier, s.f.).ç
- En tercer lugar está El canal de la Manche y el mar del Norte: los puertos marítimos de Dunkerque, Calais y del río Sena se encuentran en el

- denominado «Northern range» europeo, el segundo litoral más importante del mundo. (Montpellier, s.f.)
- Y por último encontramos El puerto de Le Havre, el principal puerto que transporta cantidad de contenedores en Francia. (Montpellier, s.f.).

11.2. ANÁLISIS DE LA INFRAESTRUCTURA VIAL, PORTUARIA Y AEROPORTUARIA DEL PAÍS DE DESTINO

11.2.1. INFRAESTRUCTURA VIAL

Francia se caracteriza por tener las de 1 millón de kilómetros que facilitan las comunicaciones en este país. (HUB, s.f.).

Al estar ubicado en el oeste de Europa genera una ventaja que se reflejado en todo el país. (HUB, s.f.).

Destaca también las puertas al continente europeo que tiene este país como por ejemplo Alemania, Italia, Bélgica, Luxemburgo, etc. (HUB, s.f.).

11.2.2. INFRAESTRUCTURA MARÍTIMA

El puerto de Le Havre y el puerto de Marsella son los más representantes de este país, por ser los principales puertos que abarcan contenedores para el comercio de este país, líder también en puerto que reciben vinos y licores, asimismo principal puerto en generar la importación y exportación de vehículos en estado nuevo, caracterizado por ser el segundo puerto en suministrar petróleo crudo al interior de este país. (PROMPERU, SERVICIOS AL EXPORTADOR, s.f.).

El Puerto de Marsella se caracteriza por ser el puerto más grande de Francia, ocupa el quinto lugar en Europa y el tercer

puerto más grande de aceite crudo a nivel mundial. Posicionado como una alternativa a los puertos del norte de Europa. (PROMPERU, SERVICIOS AL EXPORTADOR, s.f.).

11.2.3. INFRAESTRUCTURA AÉREA

Francia cuenta con el aeropuerto Internacional de Paris – Charles de Gaulle que es uno de los principales aeropuertos, encontramos también el Aeropuerto Internacional de Burdeos y el Aeropuerto Internacional de Nice. (1Library.Co, 2022)

- **Aeropuerto internacional de Paris**

El Aeropuerto Internacional Charles de Gaulle es el noveno aeropuerto a nivel mundial, segundo aeropuerto en todo Europa y el principal aeropuerto del país. Ubicado en el aeropuerto Charles de Gaulle se encuentra ubicado a unos 23 kilómetros al noreste. (1Library.Co, 2022)

- **Aeropuerto Internacional de Burdeos (Burdeaux)**

El Aeropuerto Internacional de Burdeos es una vía internacional importante para Europa del norte y del sur, Ubicado a doce kilómetros de la ciudad capital de la región de Aquitania, provincia de Gironde, al suroeste de Francia. (1Library.Co, 2022)

- **Aeropuerto Internacional de Nice**

El aeropuerto de Nice es el principal punto de llegada de los pasajeros a la Costa Azul, y también sirve como aeropuerto del Principado de Mónaco. Ubicado en el

aeropuerto internacional de Nice. El aeropuerto está bien conectado a Niza por autobús o tren. (1Library.Co, 2022)

11.3. DESCRIPCIÓN, ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES PUERTOS Y AEROPUERTOS INCLUYENDO RUTAS, INFRAESTRUCTURA, CAPACIDAD, RESTRICCIONES, SERVICIOS, PROCEDIMIENTOS, COSTOS, ETC.

- **Puerto de Ajaccio**

Limitado con el departamento de Córcega del Sur, lugar conocido por estar alojado dentro de las limitaciones del departamento de Córcega del Sur, dentro de la isla por el mismo nombre. Es turísticamente conocida por ser el lugar de nacimiento de Napoleón Bonaparte (COMERCIO EXTERIOR, s.f.).

Su ubicación marítima se encuentra beneficiada al tener conexiones directas con el golfo de Ajaccio, entre Gravosa y las islas de Saquinarias, lleno de hermosas playas que atraen a un grande número de turistas. (COMERCIO EXTERIOR, s.f.).

- **Puerto de Fort – de – france**

Está establecido en las desembocaduras del río de Roxelane. Construido como un mecanismo de defensa antes las diputas de la era antigua de la colonización por ser la bahía más grande y tener mayor eje de maniobra. (COMERCIO EXTERIOR, s.f.).

Gracias a la conglomeración que este tiene destaca su economía así como los depósitos para los contenedores que llegan en puertos de Francia. Cuenta con un espacio que abarca 94 mil contenedores.

Al contar con orillas profundas y variedad de muelles este puerto brinda un servicio de calidad a diferentes embarcaciones, con respecto a su infraestructura tiene como punto central al volumen de peso que esta maneja. (COMERCIO EXTERIOR, s.f.).

- **Aeropuerto de París Charles De Gaulle**

Este aeropuerto es e más importante de este país, su ubicación se encuentra al noreste de la capital. (COMERCIO EXTERIOR, s.f.).

Llamado también Aeropuerto de Roissy

Este aeropuerto cuenta con of. de correos, turismo, restaurant y tiendas exoneradas del impuesto. (COMERCIO EXTERIOR, s.f.).

- **Aeropuerto de París-Orly**

Ubicado a 14 km. Del sur de Paris, mayormente usado para vuelos europeos, con destino a Magreb, oriente medio y vuelos nacionales. (COMERCIO EXTERIOR, s.f.).

Cuenta con servicios de bus, autor, taxi, metro los cuales tienen un tiempo record en desplazamiento. (COMERCIO EXTERIOR, s.f.).

11.4. PROCESO DE IMPORTACIÓN Y NACIONALIZACIÓN EN EL PAIS DESTINO

Si la mercadería cuenta con un valor inferior a 1.000 EUR (teniedo en cuenta el pero inferior a 1.000 kg.), basta con una declaración verbal en la entidad de aduana haciendo visualizar la factura. Para mercadería superior a este monto se presenta los siguientes requisitos en aduanas. (SANTADER, 2022).

1. Declaración sumaria (manifiesto aéreo o marítimo) para recoger la mercancía. (SANTADER, 2022).

2. Declaración de derecho común (DUA, documento único administrativo), así como todos los documentos que acompañan la mercancía para autorizar su entrada. (SANTADER, 2022).

La DUA se puede adquirir en la Camara de Comercio. (SANTADER, 2022).

En el caso de las entregas y adquisiciones intracomunitarias, la declaración de intercambio de bienes (DEB) o declaración Intrastat debe ser facilitada al servicio de aduanas. (SANTADER, 2022).

En el marco de las normas "SAFE" preconizadas por la Organización Mundial de Aduanas (OMA), la UE implementó un nuevo sistema de control de importaciones, el "Import Control System" (ICS), para volver más seguros los flujos de mercancías al momento de su ingreso en el territorio aduanero de la UE. Este sistema de control, que se inscribe en el programa comunitario eCUSTOMS, entró en vigor el 1 de enero de 2011. Desde esta fecha, los operadores deben obligatoriamente transmitir una declaración sumaria de ingreso (ENS, Entry Summary Declaration) a la oficina de aduana del país de llegada, anteriormente al ingreso de mercancías en el territorio aduanero de la Unión Europea (SANTADER, 2022).

El Código aduanero modernizado que entró en vigor en 2008 simplifica los procedimientos, por ejemplo, informatizando y centralizando las transacciones.

Desde el 1ero de julio de 2009, todas las empresas establecidas fuera de la UE deben contar con un número de registro e identificación de los operadores económicos (EORI) si desean presentar una declaración de

aduanas o una declaración sumaria de ingreso o salida (SANTADER, 2022).

11.5. REQUISITOS PARA IMPORTAR MUESTRAS SIN VALOR COMERCIAL

“Para la importación, exportación y reexportación de muestras comerciales se puede utilizar el carné ATA. Debe aparecer una inscripción en el producto que indique que se trata de una muestra gratuita y no puede ser vendida” (SANTADER, 2022).

11.6. DATOS DE PROVEEDORES DE SERVICIO LOGÍSTICO EN EL país DESTINO

Figura 19

Empresas de servicio logístico en Francia

The image shows a screenshot of a webpage listing three logistics providers in France. Each entry includes the company name, logo, location, and a list of services. The first entry is TRANSPORTS EYCHENNE ET FILS, located in Plaisance Du Touch, offering services like road transport and warehouse management. The second is GROUPE ROUTAGE - ENTREPRISE DE ROUTAGE POSTAL, located in Crouy, offering advertising material distribution and customs services. The third is DENJEAN LOGISTIQUE, located in Toulouse, offering integrated logistics and warehouse services.

Company Name	Location	Services
TRANSPORTS EYCHENNE ET FILS	FRANCIA - Plaisance Du Touch	logística de empresa Transportes por carretera gestión de almacén transportes nacionales
GROUPE ROUTAGE - ENTREPRISE DE ROUTAGE POSTAL	FRANCIA - Crouy	logística de empresa Distribución de material publicitario PLV: gran distribución Logística para depósitos de mercancías depósito aduanero
DENJEAN LOGISTIQUE	FRANCIA - Toulouse	Logística integrada logística de empresa Almacenes y depósitos Gestión de existencias en almacenes: servicios servicios de logística integrada para almacenes

Nota, la siguiente figura nos muestra información sobre proveedores logísticos en el país de destino. Fuente, (EUROPAGES, s.f.)

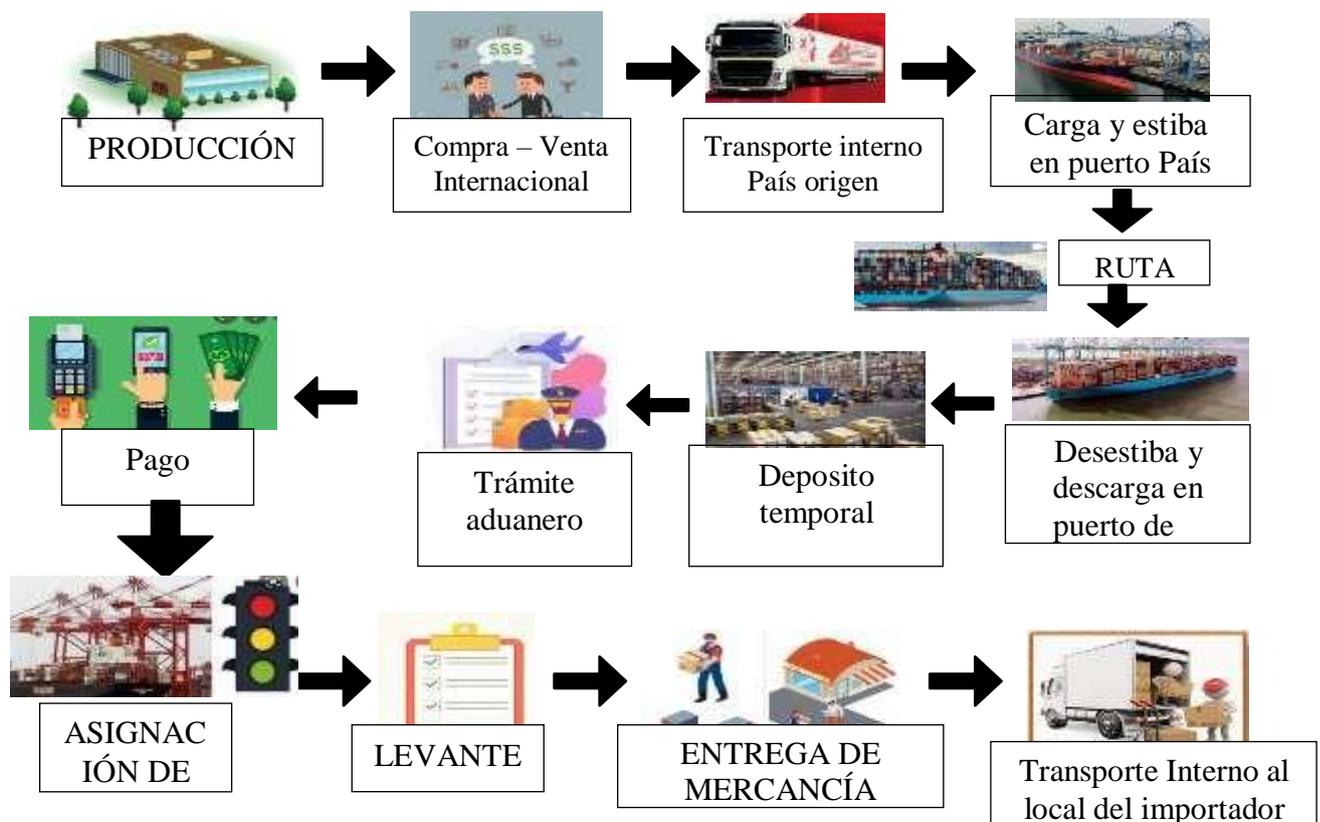
CAPITULO 12

DISTRIBUCIÓN

12.1. MAPEO DE LA SECUENCIA COMERCIAL PROVEEDOR - CONSUMIDOR

Figura 20

Secuencia de comercio Perú - Francia



Nota, la siguiente figura nos muestra el mapeo secuencial proveedor – consumidor.
Fuente, elaboración propia.

12.2. IDENTIFICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Los principales canales de distribución para la comercialización de nuestro producto BUFANDAS EN FIBRA DE ALPACA son dos, la venta directa al público a través del minorista y la venta a través de un intermediario que son los mayoristas que cuente con las facilidades para la distribución minorista del producto.

- **Canal de distribución indirecto de un nivel**

Este se caracteriza por existir un intermediario que es el minorista, estos comprar el bien o producto al fabricante y luego realizan la venta a cliente finales, se elige este canal porque asegura las ventas de forma rápida y tiene una efectividad en los productos como ropa, accesorios, productos perecederos, juguete, muebles y mucho más. (CityTroops Blog – , s.f.).

Estos productos son vendidos en tiendas, centros comerciales, etc., permitiéndonos así competir con precios más accesibles dando lugar a generar una buena estrategia y planificación para la empresa. (CityTroops Blog – , s.f.).

12.3. CANAL CON MAYOR FLUJO COMERCIAL PARA LAS IMPORTACIONES DEL PRODUCTO

Para la venta de nuestro producto se escogio el centro comercial “Centre Commercial Val d'Europe” con dirección: 14 Cr du Danube, 77700 Serris, Francia, es un centro comercial que cuenta con dos plantas en las cuales destacan las tiendas en ropa de lujo.

Asimismo, estas tiendas son especialistas en seleccionar las mejores y elegantes colecciones tanto para hombre como para mujer. (ROBERTA, s.f.).

12.4. IDENTIFICACIÓN Y CUANTIFICACIÓN DE LOS MÁRGENES DE INTERMEDIACIÓN, CONDICIONES DE COMPRA (60-90-120 DÍAS, INCOTERMS UTILIZADOS), VOLÚMENES MÍNIMOS, ETC.

Actualmente la demanda internacional de las prendas a base de la fibra de baby alpaca se ha incrementado de manera muy notable, siendo Francia unos de los principales lugares de exportación de accesorios, prendas, y más hechos a base de esta fibra de baby alpaca, gracias a la calidad, textura y suavidad.

Incoterms Utilizado: el incoterms que se eligio para transportar nuestra mercadería fue el FOB Free On Board (FOB), incoterms mas usado en la exportación aduanera

Donde el vendedor hace entrega la mercadería en el puerto de embarque y estes asume los costos de trámites aduaneros y las licencias de exportación, Y el comprador realiza los tramites de importación, se encarga de adquirir el transporte desde el puerto de embarque y asume los costos durante la entrega de la mercadería.

12.5. PERSPECTIVAS ESPERADAS EN MATERIA DE EVOLUCIÓN, DIVERSIFICACIÓN, SIMPLIFICACIÓN O ESPECIALIZACIÓN DE LOS ACTORES DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.

La perspetiva que se espera en el país de destino “Francia”, radica en que nuestro producto sea acogido y de como respuesta una gran aceptación en nuestros clientes, con la finalidad de que asegure nuestra cartera de clientes

dando credibilidad a nuestra marca por la calidad brindada en el acabado de cada bufanda, permitiéndonos así generar la diversificación de nuestros productos a base de la fibra de baby alpaca.

La empresa HILABA busca generar alianzas estratégicas con empresas que lideren en la venta de prendas a base de la fibra de camélidos, esta alianza se realizara gracias a los canales de distribución elegidos.

12.6. TENDENCIAS ACTUALES Y SU IMPLICACIÓN PARA LOS MÁRGENES DE COMERCIALIZACIÓN, EXIGENCIAS DE COMPRA Y COMPETENCIA DE PRODUCTOS POR CANAL.

En la actualidad en Francia fomentan las ferias para promover la adquisición de los productos hechos a base de la fibra de alpaca baby como, por ejemplo:

- Chompas
- Ponchos
- Chale
- Bufandas
- Etc

Tendencia Actual

Gracias a la ferias que realiza PROMPERU para promover el uso de esta prendas, se puede destacar que las personas que más usan este tipo de prendas son la de clase alta, pero ya está creciendo el uso de esta prenda en la clase social media, la demanda en Francia se basa también en que la fibra de alpaca es orgánica, y no afecta a la naturaleza, hoy en día el consumidor de Francia busca conocer más sobre la precedencia de la prenda a usar, es

por ello que en nuestro empaque ira toda la información con respecto a nuestra prenda

CAPITULO 13

DISTRIBUCIÓN

13.1. MATRIZ DE COSTOS

Nuestra matriz de costos está elaborada en base a nuestra primera producción de 1000 unid de bufandas a base de fibra de baby alpaca.

Tabla 20

Matriz de costos

MATRIZ DE COSTOS		
CONCEPTO	CANT.	TOTAL S/.
COSTOS DE PRODUCCIÓN	1000 UNID	S/. 80,486.00
COSTOS FIJOS DE ALMACÉN		S/. 14,800.00
COSTOS DE ETIQUETADO		S/. 2,600.00
COSTOS DE EMPACADO		S/. 4,200.00
COSTOS DE EMBALAJE		S/. 9,575.00
COSTOS DE PALLETIZADO		S/. 400.00
EXW		S/. 112,061.00
GASTOS DE SERVICIO DE EXPORTACIÓN		
COSTOS TRANSPORTE INTERNO		S/.450.00
COSTOS DE CONTENEDORIZACIÓN		S/.3,850.00
COSTO DE AGENCIAMIENTO		S/.1,000.00
FOB		S/. 117,361.00
COSTO DE VENTA	\$30.88	S/. 117.36
PRECIO DE VENTA	\$38.61	S/. 146.70
S/. 29.34		GANANDO EL 25%

Nota, el siguiente cuadro nos muestra la matriz de costos para nuestra primera exportación. Fuente, elaboración propia.

CONCLUSIONES

- Llegamos a la conclusión de que la logística esta presente en cada proceso a realizar para una buena exportación, asimismo resalta que para lograr una buena logística internacional tenemos que realizar una serie de pasos ordenados que siguen una secuencia que permite una grata exportación.
- En segundo lugar, destaca que tener una correcta planificación en cada área de la empresa permite establecer una meta que debe ser seguida por toda la organización.
- En tercer lugar, llegamos a la conclusión de que contar con buenos proveedores asegurara la calidad de nuestros productos.
- Finalmente llegamos a la conclusión de que Francia es un mercado potencial para este tipo de prendas textiles, no solo por la calidad sino por la moda que constantemente está en constante cambio.

RECOMENDACIONES

- Como primera recomendación se da en implementar capacitación constante a todos nuestros colaboradores, en especial al área de logística.
- Segunda recomendación es compartir constantemente la meta a conseguir de la empresa entre todos nuestros colaboradores, motivándolos ya sea con incentivos salariales u otros incentivos.
- Como tercera recomendación es crear convenios con nuestros proveedores
- Como última recomendación es tener mayor participación en las ferias que se da en Francia para dar a conocer mucho más nuestra marca.

REFERENCIAS

- 1Library.Co, C. (2022). *Library*. Recuperado de <https://1library.co/article/infraestructura-a%C3%A9rea-infraestructura-log%C3%ADstica-de-francia.yj7690ky>
- AFNOR. (s.f.). *NORMA FRANCESA*. Recuperado de <https://qualitasbiblo.files.wordpress.com/2013/01/norma-francesa-fd-x-50-176-gestic3b3n-de-los-procesos.pdf>
- AVLA. (s.f.). *AVLA*. Recuperado de https://www.avla.com/pe/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=ao_avla&utm_term=search_brand_res&gclid=CjwKCAjwrqqSBhBbEiwAlQeqGi4adxqkEF7e0I3ANXI9W8_TEIMoKdZylkcD2kFg-BJ-4SOziDU0UBoCCPgQAvD_BwE
- CityTroops Blog – . (s.f.). *Canal de distribución: ¿Cuál canal es ideal para tu empresa?* Recuperado de <https://blog.citytroops.com/es/canal-de-distribucion-ideal-para-tu-empresa/#:~:text=Algunos%20ejemplos%20de%20canales%20directos,geogr%C3%A1ficamente%20suelen%20utilizar%20canales%20directos>.
- COMERCIO EXTERIOR. (s.f.). *Puertos de Francia*. Recuperado de <https://comercioexterior.la/puertos-maritimos/francia/>
- COMPUEMPRESA. (2015). *COMPUEMPRESA*. Recuperado de <https://compuempresa.com/info/consorcio-rosapack-peru-sac-20607581844>
- CUSCO GRAFF. (2020). *Valencia Graff*. Obtenido de Valencia Graff: <https://valenciagraff.com/quienes-somos/>
- Dannys, G. (2020). *Dannys Graff*. Recuperado de <https://www.dannysgraff.com/laempresa/#>
- DANNYSGRAFF. (2020). *EDITORIAL E IMPRENTA DANNYS GRAFF*.
- EASYCARGO. (08 de 02 de 2021). *EASYCARGO*. Recuperado de <https://www.container-loading.com/es/novedades-en-espacios-de-carga/>
- EQUIPO EDITORIAL, E. (16 de 07 de 2021). *Concepto*. Recuperado de <https://concepto.de/costos-de-produccion/>
- ETIQUETAS.PE. (2016). *ETIQUETAS.PE*. Recuperado de <https://etiquetas.pe/etiquetas-para-ropa/etiquetas-bordadas/>
- EUROPAGES. (s.f.). *LOGISTICA DE EMPRESA - FRANCIA*. Recuperado de <https://www.europages.es/empresas/Francia/logistica%20de%20empresa.html>
- EUROPALET.COM. (s.f.). *EUROPALER*. Recuperado de <https://www.europalet.com/europalets/palets-de-alquiler-medidas-en-cm/alquiler-de-europalet-homologado-nuevo>
- GeraldinsImport, S. (s.f.). *MAQUINAS TEXTILES GERALDINS*. Recuperado de <http://www.maquinastextiles.com/nosotros>
- Hill, K. (14 de Noviembre de 2018). *SHIPLILLY*. Recuperado de <https://www.shiplilly.com/es/blog/como-mejorar-la-gestion-de-inventario-de-almacen-7-estrategias-que-debe-conocer/>
- HUB. (s.f.). *HUB*. Obtenido de <https://es.invest-hub.org/red-de-carreteras-en-francia>
- LOGISTICS, G. T. (s.f.). *DSV*. Recuperado de <https://www.dsv.com/es-es/nuestras-soluciones/modos-de-transporte/transporte-maritimo/tipos-contenedor-maritimo/contenedor-dry>

LOZANO, M. C. (06 de 03 de 2019). *Consortio Rosapack Perú*. Recuperado de https://www.facebook.com/Consortio-Rosapack-Per%C3%BA-360424941465516/?ref=page_internal

Marketing, A. (2022). *V&F GRAPH*. Obtenido de <https://vyfgraph.pe/Marketingindustrial.pe>.

(2016). *SUSTANT*. Recuperado de <http://www.sustantperu.com/servicios/areas/calidad-e-innovacion/normas-de-seguridad-calidad-e-innovacion.html>

MICHELL GRUPO, P. (s.f.). *MICHEL GROUP*. Recuperado de <https://www.michell.com.pe/michell/>

Montpellier. (s.f.). Obtenido de <https://es.invest-hub.org/transporte-maritimo-en-francia>

OSITRAN. (2018). *OSITRAN*. Recuperado de OSITRAN: <https://www.ositran.gob.pe/anterior/puertos/>

Pekokis. (2017). *Pekokis*. Obtenido de <https://www.pekokis.com/>

PERUANO, E. (09 de 07 de 2021). *GOB.PE*. Recuperado de <https://www.gob.pe/institucion/inacal/noticias/503898-inacal-aprueba-norma-tecnica-para-estandarizar-la-designacion-de-tallas-de-prendas-de-vestir>

PERU-ART. (s.f.). *CATALOGO*. Recuperado de <http://www.peruart.net/catalogos/cat50.htm>

PROMPERU. (2017). *SERVICIO AL EXPORTADOR*. Recuperado de <https://recursos.exportemos.pe/perfil-logistico-sector-vestimenta-francia-2017.pdf>

Promperu. (s.f.). *Rutas Aereas*. Obtenido de <https://rutasaereas.promperu.gob.pe/#>

PROMPERU. (s.f.). *SERVICIOS AL EXPORTADOR*. Recuperado de <https://recursos.exportemos.pe/perfil-logistico-sector-vestimenta-francia-2017.pdf>

ROBERTA. (s.f.). *Designer womenswear, exceptional customer service*. Recuperado de https://www.robertaboutique.com/?gclid=CjwKCAjwrqqSBhBbEiwAIQeqGiEyGHUd1Xw_w-o-hUgC3ktuEbwc2sUhhbrwEzCTiMw34D0kARK8RoCik0QAvD_BwE

SANTADER. (03 de 2022). *Trámites aduaneros en Francia*. Recuperado de <https://santandertrade.com/es/portal/gestionar-embarques/francia/tramites-aduaneros-importacion>

SERVICES, I. M. (2022). *IC MARITIME SERVICES*. Recuperado de <https://www.icmaritime.es/2017/10/31/el-europalet-y-la-consecuente-estandarizacion-del-contenedor-pallet-wide/>

SHALOM. (s.f.). *SHALOM*. Obtenido de <https://shalom.com.pe/>

SIICEX. (s.f.). *SERVICIO AL EXPORTADOR*. Recuperado de <https://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/123382400rad2B0C9.pdf>

SIICEX, R. M. (s.f.). *SIICEX*. Recuperado de <https://rutasmartimas.promperu.gob.pe/itinerario?prutamaestra=null,7>

SUNAT. (s.f.). *TRATAMIENTO ARANCELARIO POR SUBPARTIDA NACIONAL*.

TAKALPA E.I.R.L., P. (2021). *TAKALPA*. Recuperado de <https://www.takalpa.com/>

TOOLS, I. (27 de 07 de 2015). *PLATAFORMA TECNOLÓGICA PARA LA GESTIÓN DE LA EXCELENCIA*. Recuperado de <https://www.isotools.org/2015/07/27/5-ejemplos-de-indicadores-de-calidad-que-no-pueden-faltar-en-tu-plan/>

TOPS, I. (2021). *INKA TOPS*. Recuperado de <https://www.incatops.com/es/ourstory/ourfibers/otherfibers/>

Torres, J. O. (29 de 11 de 2021). *CYLEX*. Recuperado de <https://www.cylex.com.pe/cusco/editorial+imprensa+lucero+s.a.c-11154156.html>

ANEXO 1

CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Conste por el presente documento, el contrato de COMPRAVENTA INTERNACIONAL que celebran de una parte HILABA, con RUC N° 10480434175, inscrita en los Registros Públicos de Perú, Ficha N° 1536, debidamente representada por su Gerente General, señor Kevin Oscar Tacoma Castelo, identificado con DNI N°48043417, a quien en adelante se le denominará EL VENDEDOR; y de la otra parte, la empresa ROBERTA`S, con domicilio en Rue Saint-Honoré debidamente representada por su Director, señor David Delgado Vasquet , identificado con 105814345, en adelante EL COMPRADOR, en los términos y condiciones siguientes:

PRIMERA: Mediante el presente documento, las partes convienen en celebrar una compraventa internacional de mercaderías, las cuales deberán cumplir con las condiciones siguientes: Bufandas 1000 unidades de 100% Baby alpaca.

SEGUNDA: El precio de la mercadería descrita en la cláusula anterior asciende a la suma de \$ 38,610.00 (treinta y ocho mil seiscientos diez dólares americanos).

TERCERA: Las partes acuerdan que la venta pactada a través del presente contrato se hará en términos FOB (Free on board)

CUARTA: Tiempo de entrega Las partes convienen en que la entrega de la mercadería objeto del presente contrato se realizará el día 27 de Julio de 2022 entregadas dentro del buque que el COMPRADOR contratara, fecha en la cual EL VENDEDOR deberá cumplir con esta obligación.

QUINTA: EL VENDEDOR se obliga a hacer entrega de la mercadería objeto del presente contrato en el tiempo y lugar señalado en el mismo y cumpliendo con las especificaciones siguientes: la mercadería será entregada en pallet europeo de 1200 mm

* 800mm embalados con film para su protección.). La forma de transporte a utilizar será bajo la modalidad de transporte marítimo.

SEXTA: Inspección de los Bienes Las partes convienen en que la inspección de la mercadería será realizada en el puerto del país del comprador, ya la mercadería habrá sido entregada al comprador.

SEPTIMA: EL COMPRADOR se obliga al cumplimiento del pago del precio estipulado en la cláusula segunda bajo la modalidad de transferencia bancaria a nombre del señor Kevin Oscar Tacoma Castelo.

OCTAVA: Documentos EL VENDEDOR deberá cumplir con la presentación de los siguientes documentos: cotización de la mercadería, factura comercial, y certificado de origen.

NOVENA: Las partes podrán resolver el presente contrato si se produce el incumplimiento de alguna de las obligaciones estipuladas en el presente contrato.

DECIMA: Para los efectos del presente contrato, las partes contratantes señalan como sus domicilios los mencionados en la parte introductoria de este documento, sometiéndose ambas partes al arbitraje del Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio Internacional de Lima, a cuyas normas y procedimiento se someten de manera voluntaria. Firmado por duplicado, a los 26 días del mes de julio de 2022 en la ciudad de Lima. EL VENDEDOR EL COMPRADOR