



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**EXPORTACIÓN DE ACEITE DE LINAZA REFINADO PARA LAS
INDUSTRIAS NUTRACEÚTICAS DE ONTARIO - CANADÁ**



**PRESENTADO POR
GERSON ESTEBAN ESCOBAR REYES**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

LIMA – PERÚ

2020



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**Exportación de Aceite de linaza refinado para las industrias
Nutraceúticas de Ontario - Canadá**

Presentado por:

Bachiller: Escobar Reyes, Gerson Esteban

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Lima - Perú

2020

INDICE

1.- ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN	1
2.- ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	2
2.1. Nombre o razón social	2
2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU)	2
2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial.....	4
2.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha	6
2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características.....	8
2.6. Estructura Orgánica.....	9
2.7. Cuadro de asignación de personal.	11
2.8. Forma Jurídica Empresarial	12
2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI	12
2.10. Requisitos y Trámites Municipales.....	13
2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades.....	14
2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).	15
2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.....	16
2.14. Modalidades de Contratos Laborales.....	22
2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.....	24
3.- PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL	25
3.1.- Descripción del producto	25
3.1.1Clasificación arancelaria	26
3.1.2 Propuesta de valor.....	27
3.1.3 Ficha técnica comercial	27
3.2 Investigación del Mercado de Objetivo	28
3.2.1 Segmentación de mercado objetivo	32
3.2.2 Tendencias de consumo.....	34
3.3.- Análisis de la oferta y la demanda	36
3.3.1 Análisis de la oferta	36
3.3.2 Análisis de la demanda.....	42
3.4. Estrategias de Ventas y Distribución.....	48
3.4.1 Estrategias de segmentación	48
3.4.2 Estrategias de posicionamiento.....	49
3.4.3 Estrategias de distribución.....	50

3.5.- Estrategias de Promoción.....	51
4.- PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL.....	54
4.1. Envases, empaques y embalajes	54
4.2. Diseño del rotulado y marcado	61
4.2.1 Diseño del rotulado.....	61
4.2.2 Diseño del marcado.....	63
4.3. Unitarización y cubicaje de la carga.....	64
4.4. Cadena de DFI de exportación	66
5.- PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL	78
5.1.- Fijación de precios.....	78
5.1.1 Costos y precio.....	78
5.2.- Contrato de compra venta internacional y sus documentos (Ver anexo 1)..	82
5.3 Elección y aplicación del Incoterm	87
5.4.- Determinación del medio de pago y cobro.....	87
5.5. - Elección del régimen de exportación o de importación.....	89
5.6 Gestión aduanera de comercio internacional.....	89
5.7.- Gestión de las operaciones de importación/exportación: Flujo grama	92
5.8.- Gestión de las operaciones de producción del bien o servicio a ejecutar	92
6.- PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	94
6.1 Inversión Fija.....	94
6.1 1 Activos tangibles.....	94
6.1.2 Activos intangibles.....	94
6.2. Capital de Trabajo.....	95
6.3. Inversión Total	96
6.6. Presupuesto de costos.....	99
6.7. Punto de Equilibrio.....	102
6.8. Tributación de la exportación	103
6.9. Presupuesto de ingresos	103
6.10 Presupuesto de egresos	103
6.11. Flujo de caja proyectado	104
6.12. Estado de Ganancias y Pérdida.....	105
6.13. Evaluación de la Inversión	107
6.13.1.- Evaluación Económica	107

6.13.2. Evaluación Financiera	108
6.13.3. Evaluación social	108
6.13.4 Impacto ambiental	109
6.14.-Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo	109
6.15.-Cuadro de riesgo del tipo de cambio	109
7.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	110
7.1.- Conclusiones	110
7.2.- Recomendaciones	111

1.- ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

Nuestra empresa LINOIL S.A.C, exportará y comercializará bajo el modelo de venta directa el aceite de linaza extra virgen a la industria nutraceútica del mercado canadiense.

Tenemos el propósito de abastecer el complemento nutricional omega 3, a las empresas de las industrias nutraceúticas, satisfaciendo la creciente y constante demanda de la omega 3 para ser adaptado según sus necesidades.

Nos diferenciamos debido a que el aceite de linaza será comercializado en capsulas monodosis de gelatina blanda directa para el consumo humano y a granel para la transformación según intereses de las industrias además la presentación en capsulas de gelatina blanda será a solicitud del gramaje del cliente, el cual les ahorrará el proceso de este y solo se encargarán del embalaje y rotulado.

Nuestro mercado objetivo es Canadá, que gracias al estudio de mercado pudimos identificar las principales empresas importadoras canadienses del aceite de linaza tales como: SunOpta Inc, Dare Foods Limited, Boulangerie Vachon Inc, entre otros. Además, contamos con el acuerdo comercial vigente (TLC) entre Perú y Canadá,

tendremos la facilidad de ingresar al mercado canadiense libre de aranceles (Arancel base 0, Categoría de desgravación A).

Las estrategias para dar a conocer nuestra empresa LINOIL serán desarrollar una página web la cual contenga los lineamientos y productos a ofrecer, concretar entrevistas con las principales empresas para dar a conocer el producto, sus presentaciones y el medio de pago que se negocie en las entrevistas, también la participación en ferias organizadas en el país de destino el cual nos permitirá construir una red de contactos que nos ayudará al crecimiento de nuestra empresa.

2.- ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1. Nombre o razón social

La razón social de la empresa es LINOIL S.A.C, que toma el prefijo “LIN” de LINSEED (linaza en inglés) y OIL (aceite), el cual expresa de manera concisa la razón de la empresa, que es la comercialización de aceite de linaza.

Así mismo, trabajaremos bajo el mismo nombre comercial LINOIL S.A.C.

2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

Según la cuarta revisión de CIIU por INEI: “La CIIU es una clasificación de actividades cuyo alcance abarca a todas las actividades económicas, las cuales se refieren tradicionalmente a las actividades productivas, es decir, aquellas que producen bienes y

servicios, tal como se reconoce en el Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) y en la Clasificación Central de Productos (CPC).”

Por lo que La Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) que le corresponde a la empresa LINOIL S.A.C. es la siguiente:

Tabla N° 1: Descripción de categorías de la CIIU Revisión4

ESTRUCTURA DE LA CIIU REVISION 4 - PERÚ	
Sección	G: Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas
División	46: Comercio al por mayor, excepto de los vehículos automotores y motocicletas.
Grupo	463: Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco
Clase	4630: Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco

Fuente: INEI.

En la figura 1, identificamos que según la nota de texto del CIIU 4630 Rev.4, la venta al por mayor de aceite de linaza que es de origen vegetal está dentro de la Actividad Económica:

Figura 1. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU)

CIU4	Descripción	Incluye	No Incluye
4630	Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco.	Esta clase comprende las siguientes actividades: - Venta al por mayor de frutas, legumbres y hortalizas. - Venta al por mayor de productos lácteos. - Venta al por mayor de huevos y productos de huevo. - Venta al por mayor de aceites y grasas comestibles de origen animal o vegetal. - Venta al por mayor de carne y productos cárnicos. - Venta al por mayor de productos de la pesca. - Venta al por mayor de azúcar, chocolate y productos de confitería. - Venta al por mayor de productos de panadería. - Venta al por mayor de bebidas. - Venta al por mayor de café, té, cacao y especias. - Venta al por mayor de productos de tabaco. Se incluyen también las siguientes actividades: - Compra de vino a granel y embotellado sin transformación. - Venta al por mayor de piensos para animales domésticos.	No se incluye la mezcla de vinos o licores destilados; véanse las clases 1101 y 1102.

Fuente: INEI

2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

Para la ubicación de la oficina de la empresa se debe considerar varios criterios que ponderaremos y que influyen directamente en la estrategia de nuestro plan de negocio.

Los distritos considerados para la elección de la oficina son: San Juan de Lurigancho, El Agustino o Santa Anita, dónde los criterios de calificación serán de 1 a 4, siendo 1: Mala y 4: Excelente. definiremos bajo la siguiente matriz de evaluación:

Tabla N° 2: Matriz de evaluación de local

Criterios	San Juan de Lurigancho	Santa Anita	El Agustino
Acceso a vías principales	3	2	3
Distancia a proveedores	4	2	2

Proximidad a socios	3	2	2
Costos de adecuación	3	3	3
Seguridad	2	2	2
TOTAL	15	11	12

De acuerdo con los resultados de la presente matriz de evaluación, el distrito en el cual ubicaremos la empresa será en San Juan de Lurigancho. La ubicación del local comercial será en: Jr Wanchuy 222 – San Juan de Lurigancho. El cual cuenta con un rápido acceso a las vías principales.

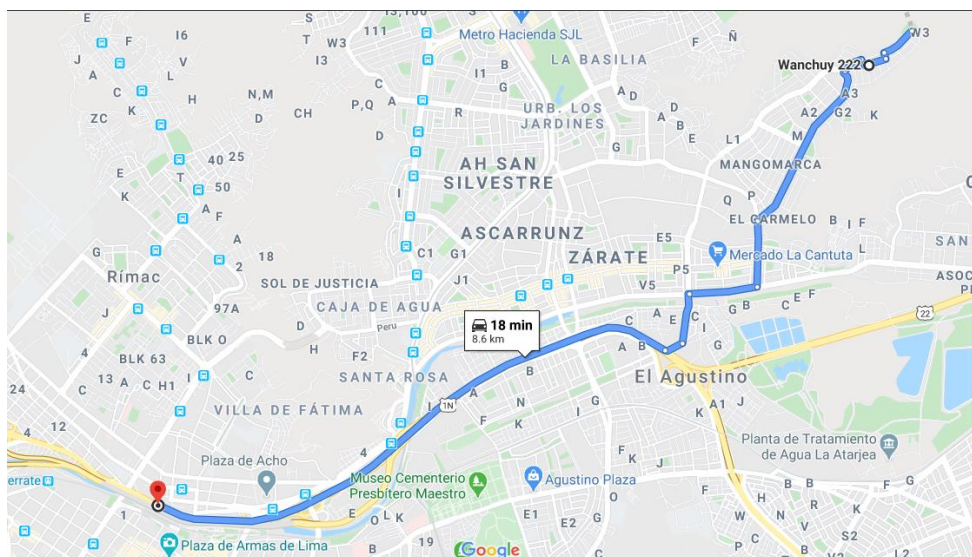


Figura 2. Ubicación de domicilio fiscal de la empresa

Fuente: Google Maps

2.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha

En el principio de la empresa en marcha se considera la gestión de una empresa en la que pueda asegurar y proyectar su permanencia en el mercado sin interrumpir sus actividades.

Por ello definiremos los objetivos de la empresa.

Misión:

LINOIL tiene como misión proveer al mercado internacional una fuente rica en Omega 3 y contribuir en la nutrición de las personas.

Visión:

LINOIL tiene como visión consolidarse como el principal comercializador de aceite de linaza bajo los más altos estándares de calidad y garantizando la sostenibilidad de sus recursos naturales.

Objetivo General:

Tenemos como objetivo general posicionarnos en nuestro mercado objetivo al mediano plazo satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes.

Objetivos Específicos:

- Ser una empresa líder en el mercado.

- Abastecer a las principales empresas de las industrias nutraceuticas.
- Ser una empresa sostenible y sustentable en el tiempo.
- Trabajar bajo los más altos estándares de calidad

Valores

Los principales valores que adopta la empresa son:

Ética

- Responsabilidad
- Perseverancia
- Disciplina
- Trabajo en equipo
- Seguridad y sostenibilidad

Principios

- Resultados extraordinarios: Comprometer el mejor capital humano alineado a los objetivos de LINOIL y obtener resultados sobresalientes.
- Satisfacción del cliente: Garantizar el mejor trato y brindar un producto de excelente calidad a nuestros clientes satisfaciendo así sus necesidades.
- Cultura Organizacional, políticas

Las políticas de LINOIL S.A.C son:

- Ofrecer siempre los mejores precios.

- Cumplir siempre las necesidades de sus clientes.
- Fomentar el espíritu de trabajo en los colaboradores.
- Brindar a los colaboradores un entorno amigable y reconfortante para sus labores.

2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características.

La Ley MYPE es una norma del gobierno peruano que promociona el desarrollo de las micro y pequeñas empresas (MYPE), así como su formalización.

Esta ley ha sido modificada bajo la LEY 30056 el cual expresa la siguiente clasificación de las empresas:

Tabla N° 3: Tipos de Empresa

TIPOS DE EMPRESA	LEY N° 30056
Microempresa	Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
Pequeña Empresa	Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700

	Unidades Impositivas Tributarias (UIT)
Mediana Empresa	Ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

Elaboración Propia

Fuente: (SUNAT, 2016)

Teniendo en cuenta la Tabla N°3 podremos concluir que LINOIL S.A.C se consideraría una Microempresa ya que en el primer año no se proyectan ingresos mayores a 150 UIT.

2.6. Estructura Orgánica

La empresa LINOIL S.A.C. contará con una estructura organizacional funcional, de orden jerárquico que divide y establece las funciones de cada integrante de la estructura.

Además, nuestra Sociedad Anónima Cerrada no contará con directorio.

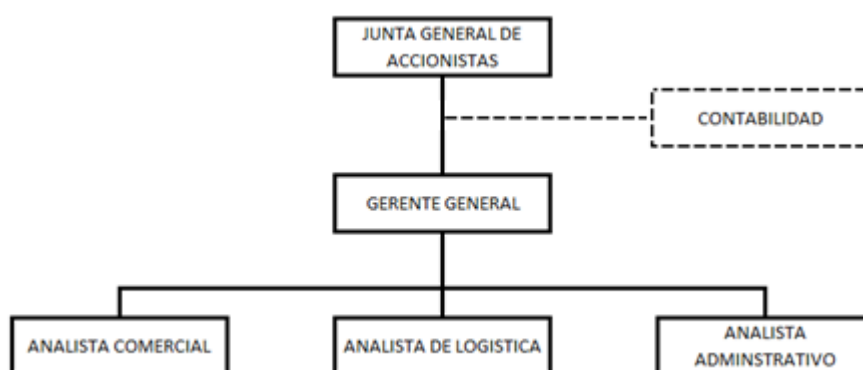


Figura N°3: Organigrama LINOIL S.A.C

Fuente: Elaboración Propia

Junta General de Accionistas:

La junta de accionistas estará conformada por 3 socios que contarán con una participación del 30%, 30% y 40%, se tomarán las decisiones sobre el rumbo de la empresa.

Gerente General

Es el representante legal de la empresa, tomará las decisiones y planes de acción pertinentes para alcanzar los objetivos trazados por la junta de accionistas además de dar seguimiento a los objetivos de los asistentes.

Analista Comercial

Será el encargado de las estrategias de venta y post venta asimismo entablará constante comunicación con los clientes de nuestro mercado objetivo

Analista de Logística

Realizará las gestiones de abastecimiento y distribución del producto, trabajando siempre en la optimización de tiempos garantizando así atenciones en periodos de entrega cortos con un producto de calidad.

Analista Administrativo

Realizará los trabajos administrativos de la empresa, que comprende la documentación pertinente en todos los procesos.

Contabilidad

La contabilidad de la empresa será tercerizada

2.7. Cuadro de asignación de personal.

LINOIL S.A.C cuenta con 3 trabajadores en planilla:

Gerente general, Analista comercial y el Analista administrativo. El contador será tercerizado y se le remunerará bajo facturas o recibos por honorarios.

Tabla N°4 : Remuneración del personal

#	Apellidos y Nombres	Cargo	Remuneración Mensual
1	Escobar Reyes, Gerson Esteban	Gerente General	S/ 2,500.00
2	Escobar Reyes, Gerson Esteban	Analista de logística	
3	Gamarra Quispe, Luis Enrique	Analista Comercial	S/ 1,800.00
4	Huaman Nieto, Jennifer	Analista Administrativo	S/ 1,800.00
5	Tercero	Contador	S/ 400.00
TOTAL			S/ 6,500.00

Fuente: Elaboración Propia

La planilla de remuneraciones de LINOIL S.A.C por ser microempresa presentan los siguientes beneficios laborales.

Tabla N°5: Planilla de remuneración mensual

CONCEPTO	Cargo	Remuneración	COSTO EMPRESA					Sueldo Anual
			Aporte al Fondo de pensiones 10%	Prim de Seguro (1.35%)	Comisión sobre la remuneración (1.47%)	Total AFP	Essalud 9%	
Escobar Reyes, Gerson Esteban	Gerente General	S/2,500.00	S/250.00	S/33.75	S/36.75	S/320.50	S/225.00	S/3,366.00
Escobar Reyes, Gerson Esteban	Analista de logística							
Gamarra Quispe, Luis Enrique	Analista Comercial	S/1,800.00	S/180.00	S/24.30	S/26.46	S/230.76	S/162.00	S/2,423.52
Huaman Nieto, Jennifer	Analista Administrativa	S/1,800.00	S/180.00	S/24.30	S/26.46	S/230.76	S/162.00	S/2,423.52
		S/6,100.00	S/610.00	S/82.35	S/89.67	S/782.02	S/549.00	S/8,213.04

Fuente: Elaboración Propia

2.8. Forma Jurídica Empresarial

Para forma jurídica nos acogeremos a la Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.) sin directorio, el cual es idóneo para el tipo de empresa que es LINOIL.

2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOP

La empresa registrará su marca homónima a su razón social, la cual será LINOIL por lo que necesitaremos registrarnos en Indecopi bajo los siguientes requisitos:

- Llenar dos ejemplares del formato de solicitud de registro.
- Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).

- Determinar cuáles son los productos, servicios o actividades económicas que se registrará
- Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, teniendo como costo es equivalente al 14.46% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada. El monto (S/. 766.38 nuevos soles) se cancelará en la Caja del INDECOPI.

2.10. Requisitos y Trámites Municipales

LINOIL S.A.C estará ubicado en el distrito de San Juan de Lurigancho contará con 80 m², por lo que el municipio nos solicita los siguientes requisitos para otorgarnos la licencia de funcionamiento:

1. Ficha RUC
2. Vigencia de poder en caso se trate de persona jurídica. Si es persona natural representada se requerirá carta poder con firma legalizada.
3. Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de seguridad, para establecimientos con un área hasta 100 m² y capacidad de almacenamiento no mayor de 30% del área total del local.
4. Pago por derecho de trámite

2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y

Modalidades

Constituida la empresa con elaboración del acto constitutivo (Minuta), la escritura pública e inscripción en registros públicos procederemos con la inscripción al Registro Único del contribuyente (RUC) que tiene los siguientes requisitos:

- DNI vigente o documento de identidad que corresponda, como Carné de Extranjería, Carné de Identidad emitido por el Ministerio de Relaciones Exteriores, Carné de Permiso Temporal de Permanencia o Pasaporte con calidad migratoria para la generación de renta de fuente peruana, de ser el caso.
- Original y fotocopia de Partida Registral Certificada (ficha o partida electrónica) por los Registros Públicos. Dicho documento no podrá tener una antigüedad mayor a 30 días calendario.
- Cualquier documento privado o público en el que conste la dirección del domicilio fiscal que se declara.

En esta instancia, debemos acogernos al Régimen Tributario pertinente para la organización. Hay cuatro regímenes tributarios: Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS), Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER), Régimen MYPE Tributario (RMT) y Régimen General (RG).

Tabla N°6 : Regímenes tributarios

Regímenes Tributarios	Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS)	Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER)	Régimen MYPE Tributario (RMT)	Régimen General (RG)
Persona Natural	Sí	Sí	Sí	Sí
Persona Jurídica	No	Sí	Sí	Sí
Límite de ingresos	Hasta S/ 96,000.00 anuales u S/ 8,000.00 mensuales	Hasta S/ 525,000.00 anuales	Ingresos netos que no superen las 1700 UIT en el ejercicio gravable (proyectado o del ejercicio anterior)	Sin límite
Límite de compras	Hasta S/ 96,000.00 anuales u S/ 8,000.00 mensuales	Hasta S/ 525,000.00 anuales	Sin límite	Sin límite
Comprobantes de pago que puede emitir	Boleta de venta y tickets que no dan derecho a crédito fiscal, gasto o costo	Factura, boleta y todos los demás permitidos	Factura, boleta y todos los demás permitidos	Factura, boleta y todos los demás permitidos
Declaración Jurada anual - Renta	No	No	Sí	Sí
Valor de activos fijos	S/70,000.00 Con excepción de los predios y vehículos	S/126,000.00 Con excepción de los predios y vehículos	Sin límite	Sin límite
Trabajadores	Sin límite	10 por turno	Sin límite	Sin límite

Fuente : Elaboración Propia

De acuerdo con lo expresado por el gráfico, LINOIL S.A.C ha decidido acogerse al Régimen MYPE Tributario, por lo que estimamos que no se superará las 1700 UIT en ingresos anuales.

2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).

De acuerdo con SUNAT se denomina PLAME a la Planilla Mensual de Pagos, que es segundo componente de la Planilla Electrónica, y comprende información mensual de los ingresos de los sujetos inscritos en el Registro de Información Laboral (T-REGISTRO).

Además, la versión vigente 3.7, que fue aprobada mediante Resolución de Superintendencia N° 025-2020/SUNAT indica el uso obligatorio a partir del 01 de febrero de 2020 y debe utilizarse a partir del período enero 2020 en adelante.

LINOI S.A.C cumplirá con registrar en los plazos establecidos toda la información laboral de sus colaboradores.

2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.

El Régimen laboral especial promueve la formalización de las Micro y Pequeñas empresas Se tuvo en consideración el siguiente cuadro que compara el RLE y el Régimen Laboral

General:

Tabla N°7: Beneficios de los colaboradores

BENEFICIOS DE LOS TRABAJADORES R	RÉGIMEN LABORAL GENERAL O COMÚN	MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
VACACIONES	El trabajador tiene derecho a 30 días	El trabajador tiene derecho a 15 días calendario de	El trabajador tiene derecho a 15 días

	<p>calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio. Estas pueden reducirse de 30 días</p>	<p>descanso vacacional por cada año completo de servicio.</p>	<p>calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio.</p>
<p>JORNADA NOCTURNA (Entre las 10:00 p.m. a 6:00 a.m.)</p>	<p>Su remuneración no puede ser inferior a la Remuneración Mínima Vital más una sobretasa equivalente al 35% de esta.</p>	<p>Si la jornada habitualmente es nocturna, no se aplicará la sobre tasa del 35%</p>	<p>Su remuneración no puede ser inferior a la Remuneración Mínima Vital más una sobretasa equivalente al 35% de esta.</p>

<p>COMPENSACIÓN POR TIEMPO DE SERVICIOS (CTS)</p>	<p>Una remuneración mensual, depositadas en dos oportunidades semestrales (mayo y noviembre).</p>	<p>NO</p>	<p>15 remuneraciones diarias depositadas en dos oportunidades semestrales (mayo y noviembre).</p>
<p>GRATIFICACIONES</p>	<p>Se otorga dos veces al año, una por Fiestas Patrias y otra por Navidad, en razón a una remuneración completa por cada oportunidad, y se pagará por</p>	<p>NO</p>	<p>Se otorgará dos veces al año, una por Fiestas Patrias y otra por Navidad, en razón a media remuneración por cada oportunidad, siempre y cuando laboren</p>

	mes calendario completo laborado.		el semestre completo, caso contrario percibirán la parte proporcional.
SEGURO DE SALUD	ESSALUD 9% de la remuneración – lo aporta en su integridad el empleador.	Seguro Integral de Salud (SIS) – El empleador deberá realizar un aporte mensual equivalente al 50% del aporte mensual total del régimen semi- contributivo del SIS, el otro 50% será completado por el Estado.	ESSALUD 9% de la remuneración – lo aporta en su integridad el empleador.

<p style="text-align: center;">INDEMNIZACIÓN POR DESPIDO ARBITRARIO</p>	<p>En el caso de que un trabajador sea despedido sin causa legal, tiene derecho a percibir como indemnización una remuneración y media por cada mes dejado de laborar, en caso sea un contrato a plazo determinado, y le tocará una remuneración y media por cada año de trabajo</p>	<p>En el caso de que un trabajador sea despedido sin causa legal, tiene derecho a percibir como indemnización el equivalente a 10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de noventa (90) remuneraciones diarias. Las fracciones de año se abonan por dozavos.</p>	<p>En el caso de que un trabajador sea despedido sin causa legal, tiene derecho a percibir como indemnización el equivalente a 20 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de ciento veinte (120) remuneraciones diarias. Las fracciones de</p>
---	--	--	--

	<p>en caso sea un contrato indeterminado; en ambos casos con un máximo de 12 remuneraciones.</p>		<p>año se abonan por dozavos.</p>
<p>ASIGNACIÓN FAMILIAR</p>	<p>10% de la remuneración mínima vital, tengan a su cargo uno o más hijos menores de 18 años y hasta 24 años en caso de que el hijo al cumplir la mayoría de edad este cursando</p>	<p>NO</p>	<p>NO</p>

	estudios superiores.		
--	----------------------	--	--

Fuente: Elaboración Propia

Por lo tanto, de acuerdo con las características presentadas LINOIL S.A.C se acogerá al Régimen Laboral Especial para MYPES.

2.14. Modalidades de Contratos Laborales.

Un contrato laboral es un acuerdo entre empleado y empleador que da inicio al vínculo laboral.

Está determinado por obligaciones y derechos entre ambas partes.

Se tiene en consideración las siguientes modalidades de contrato:

Tabla N°8 : Modalidades de contratos

	MODALIDAD	BASE LEGAL	OBJETO	DURACION MAXIMA
TEMPORALES	Inicio o incremento de actividad	57° LPCL 76°- Reglamento	Inicio o incremento de actividad empresarial	3 años
	Necesidad de mercado	58° LPCL-76° Reglamento	Incrementos coyunturales de producción originados	5 años

			por variaciones sustanciales de demanda	
	Reconversión empresarial	59° LPCL-76° Reglamento	Sustitución, ampliación o modificación de actividades empresariales	2 años
ACCIDENTALES	Ocasional	60° LPCL-77°,78° Reglamento	Necesidades transitorias distintas a la actividad habitual	6 meses al año
	Suplencia	61° LPCL	Sustitución de trabajador estable con vínculo laboral suspendido por causa legal o convencional	5 años
	Emergencia	62° LPCL-77°,78° Reglamento	Caso fortuito o fuerza mayor	5 años

DE OBRA O SERVICIOS	Específico	63° LPCL - 79°,80° Reglamento	Servicios con objeto previamente establecido y duración determinada	5 años
	Intermitente	64°-66° LPCL -79°,80° Reglamento	Actividades permanentes y discontinuas de ejecución irregular	5 años
	temporada	67°-71° LPCL. 79°, 80° Reglamento	Actividades permanentes y discontinuas de ejecución regular o cíclica	5 años

Fuente y elaboración base LPCL

La empresa LINOIL S.A.C manejará contratos por inicio de actividades el cual es a plazo fijo y con una duración máxima de 3 años, así mismo el contrato a plazo fijo se realizará por escrito y será oportunamente registrado en el Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo.

2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.

El contrato comercial refiere a un acuerdo legal entre dos o más partes mediante el cual se comprometen a intercambiar bienes y/o servicios a cambio de un beneficio.

LINOIL S.A.C. celebrará contratos con sus proveedores y clientes detallando de manera escrita los términos y condiciones que estos conlleven. LINOIL S.A.C celebrará los siguientes tipos de contratos:

- Contrato de Compra y Venta internacional
- Contrato de prestación de servicios profesionales
- Contrato de Seguro
- Contrato de transporte

3.- PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

EXPORTACION

3.1.- Descripción del producto

La empresa LINOIL S.A.C ofrecerá al mercado del Omega 3 de Canadá el aceite de linaza que es alto en omega 3 y que, a comparación de los productos sustitutos como el aceite de pescado, es mucho más económico para el consumidor.

Este tipo de grasa poliinsaturada ayuda a proteger el organismo, ya que, en cantidades moderadas, contribuye a regular la presión arterial, reduce el colesterol malo y evita cardiopatías.

3.1.1 Clasificación arancelaria

La clasificación arancelaria del producto se en la siguiente partida arancelaria 15.15.19.

Aceite de Lino y sus fracciones, refinado, pero sin modificar químicamente.

Figura N°4 : Partida 15.15.19

SECCIÓN:III GRASAS Y ACEITES ANIMALES O VEGETALES; PRODUCTOS DE SU DESDOBLAMIENTO;GRASAS ALIMENTICIAS ELABORADAS; CERAS DE ORIGEN ANIMAL O VEGETAL	
CAPITULO:15Grasas y aceites animales o vegetales; productos de su desdoblamiento; grasas alimenticias elaboradas; ceras de origen animal o vegetal	
15.14	Aceites de nabo (de nabina), colza o mostaza, y sus fracciones, incluso refinados, pero sin modificar químicamente.
<u>1514.11.00.00</u>	- Aceites en bruto
<u>1514.19.00.00</u>	- Los demás
<u>1514.91.00.00</u>	- Aceites en bruto
<u>1514.99.00.00</u>	- Los demás
15.15	Las demás grasas y aceites vegetales fijos (incluido el aceite de jojoba), y sus fracciones, incluso refinados, pero sin modificar químicamente.
	- Aceite de lino (de linaza) y sus fracciones:
<u>1515.11.00.00</u>	- Aceite en bruto
<u>1515.19.00.00</u>	- Los demás

Tabla N°9 : Clasificación Arancelaria

Clasificación arancelaria:

Subpartida Nacional:	15.15.19. Aceite de Lino y sus fracciones, refinado, pero sin modificar químicamente.
----------------------	---

Fuente : TRADE MAP

3.1.2 Propuesta de valor

El aceite de linaza es rico en ácidos grasos por lo que tiene grandes beneficios para la salud.

La empresa LINOIL tiene como principal diferenciación ofrecer el aceite de linaza que es alto en Omega 3 en capsulas monodosis de soft gel y la presentación de galones de 4L



Además, seremos competitivos en el mercado canadiense debido a que contamos con un tratado de libre comercio vigente, el cual permite que nuestro producto cuente con aranceles 0 para la importación.

En síntesis, ofrecemos un producto con alto valor nutricional a un precio competitivo y cumple con las presentaciones según las necesidades de nuestros clientes.

3.1.3 Ficha técnica comercial

El aceite de linaza tiene la siguiente ficha técnica comercial:

Tabla N°10: Ficha Técnica Aceite de linaza

FICHA TECNICA		
NOMBRE COMERCIAL	Aceite de linaza extra virgen	
DESCRIPCION DEL PRODUCTO	<p>Producto del prensado en frío de la semilla de linaza se obtiene un aceite de color amarillo anaranjado con un agradable sabor a nuez. Conserva su alto valor nutritivo durante mucho tiempo cuando es almacenado correctamente.</p> <p>Más del 70% del aceite de la linaza es ácido graso poliinsaturado y una de las características únicas de este prodigioso aceite es la alta proporción de ácido alfa-linolénico (AAL) (ácido graso omega-3) en relación al ácido linoléico (ácido graso omega-6)</p>	
CARACTERISTICAS		
Organolépticas	Color	amarillo
	Apariencia	líquida
PARTIDA ARANCELARIA	15.15.19.00	
EMPAQUE Y ROTULADO	Envase 1 : Galones de 4L	
	Envase 2 : Capsulas Soft Gel	

3.2 Investigación del Mercado de Objetivo

La investigación de mercados nos permitirá comprender las acciones de análisis de información con el propósito de mejorar la toma de decisiones por lo que determinaremos el potencial del mercado y/identificaremos si nuestro producto tiene el consumo esperado.

Tabla N°11: Criterios macroeconómicos Canadá

CRITERIOS MACROECONOMICOS	CADANDÁ	AÑO
PBI Per cápita	47,383 USD	2019
Rating Moody's	Aaa	2019
Ranking de competitividad	14 ^o	2019
Tasa de desempleo	5,6%	2019
Tasa de inflación	2,3%	2019
Importaciones de bienes y servicios	26,71%	2019

Fuente: Datos Macro 2020

Canadá es una de las 10 economías más importantes del mundo por volumen de PIB que el año 2019 fue de 47,383 USD además posee el rating moody's Aaa que es la calificación de máxima solvencia por lo que asegura un menor riesgo de inversión, así como la recuperación del capital invertido.

En la elección del mercado objetivo, se ahondaron en el crecimiento del mercado de OMEGA 3 en el mundo, pudimos extraer de Trade Map la relación de los principales importadores de grasas y aceites incluido-refinados de origen animal.

Tabla N°12: Principales Importadores

Importadores	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019
Mundo	1.698.928	1.682.256	1.666.018	1.909.004	1.987.865
Noruega	397.203	390.996	329.097	381.062	418.309
China	100.789	98.547	143.294	183.099	203.781
Dinamarca	170.024	178.982	135.278	183.674	184.839
Canadá	87.977	102.778	132.669	114.621	123.443
Estados Unidos de América	117.026	102.068	116.386	117.695	110.29
Chile	118.835	85.786	80.887	111.312	106.912
Turquía	60.254	58.821	57.788	81.394	83.734
Países Bajos	47.497	55.534	60.264	69.516	70.785
Francia	63.43	66.637	67.72	69.18	57.291
Japón	42.419	35.794	35.009	36.918	51.077

Fuente: Trade Map 2020 Elaboración propia

En la tabla N° 10 podemos observar que Canadá tiene la mayor participación de importaciones en América y tiene una tendencia al alza de este. Además, también se demuestra la creciente necesidad del Omega 3 en el mundo, expresado en el incremento anual de importaciones a nivel mundial.

Tabla 13: Importaciones partida 15.15.19.

Importadores	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019
Mundo	192.749	168.073	158.601	162.429	108.228
Países Bajos	31.348	27.261	28.203	25.502	21.399
Alemania	22.906	19.286	12.677	15.756	14.461
Japón	11.558	6.798	5.985	5.316	7.039
Canadá	1.864	2.001	1.819	1.311	1.289

Fuente: Trade Map 2020

Elaboración propia

La tabla N°11 apreciamos las importaciones del Omega 3, más específicamente de origen vegetal como lo es el Aceite Lino o Linaza que tiene como partida 15.15.19.00.

Concluimos que Canadá es el principal importador de Omega 3 en América y que está desatendida su demanda del Omega de origen vegetal que LINOIL S.A.C proveerá de forma competitiva.

3.2.1 Segmentación de mercado objetivo

LINOIL S.A.C exportará el aceite refinado de linaza que es alto en omega 3 a las principales industrias nutraceútica de Canadá para ser adaptado según sus necesidades, esto debido a la alta demanda de alimentos funcionales y complementos alimenticios

De acuerdo con datos de Euromonitor International (2015), para el año 2020, se espera que el mercado canadiense de aceites comestibles llegue a USD 20 millones.

Según el PDM Canadá de Mincetur refiere que el mercado canadiense de aceites comestibles se divide en dos categorías, que son los aceites tradicionales, que abarcan esencialmente al aceite de oliva; y los aceites de lujo y especiales.

El crecimiento del mercado canadiense ha propiciado un fuerte incremento en el número de actores activos en el segmento de los alimentos saludables, en el cual se encuentra el aceite y las semillas de linaza

Según el departamento de Innovación, Ciencias y Desarrollo Económico de Canadá - Base de importadores canadienses - 2014 del Gobierno de Canadá, existen aproximadamente veintisiete importadores involucrados en la categoría del aceite de la partida 15.15.19.00, los cuales controlan el 80% de las importaciones de este grupo de productos. Por lo tanto, se puede decir que el mercado de aceites y semillas en Canadá se encuentra concentrado en pocos actores activos.

Tenemos en consideración que es un mercado competitivo, debido a que existen aceites y semillas, que sirven como sustitutos del aceite de linaza por lo que se ha identificado a los principales competidores:

Tabla 14 : Empresas competidoras

Nombre de la Empresa	Número de empleados	País	Ciudad
Bunge Canada Holdings 1 ULC	801	Canadá	Oakville
Omega Nutrition Canada Inc	28	Canadá	Vancouver
D Wolosuk Farms Ltd	6	Canadá	Vauxhall
Distributions Katrina Inc	6	Canadá	Terrebonne
Quality First International Inc	5	Canadá	Cambridge
Québec Inc - Moulin Des Cèdres, Le	3	Canadá	Les Cèdres
Golburn Valley Oilmill Inc - Triad Trading	3	Canadá	Tisdale
Northern Alliance Commodities Inc	3	Canadá	Windsor

Fuente: Trade Map

3.2.2 Tendencias de consumo

La creciente demanda de complementos nutricionales ya sea para consumo directo o transformación por las grandes industrias hace que el aceite de linaza califique en la tendencia de su consumo por lo que según el PDM Canadá del Mincetur identificaron las siguientes características de la tendencia de consumo canadiense:

- Según el estudio las “Tendencias Alimenticias Canadienses para el 2020: una perspectiva a largo plazo”⁴, elaborado por el departamento Agriculture and Agri-Food Canada, aunque no existen cifras específicas disponibles, la demanda por alimentos saludables está experimentando un alto crecimiento en Canadá. Si bien estos productos no se benefician de ser conocidos por las masas de consumidores, son percibidos como una gran fuente de ácidos grasos esenciales, fibra y proteína, en adición a ser libres de soya, libres de gluten y de lactosa, libres de nueces de árbol y libres de GMO. Estas propiedades son usadas a menudo en las campañas promocionales a nivel de ventas al por menor en tiendas de productos y de alimentos naturales, y en los sitios web de importadores especializados en productos saludables destinados a consumidores y vendedores.

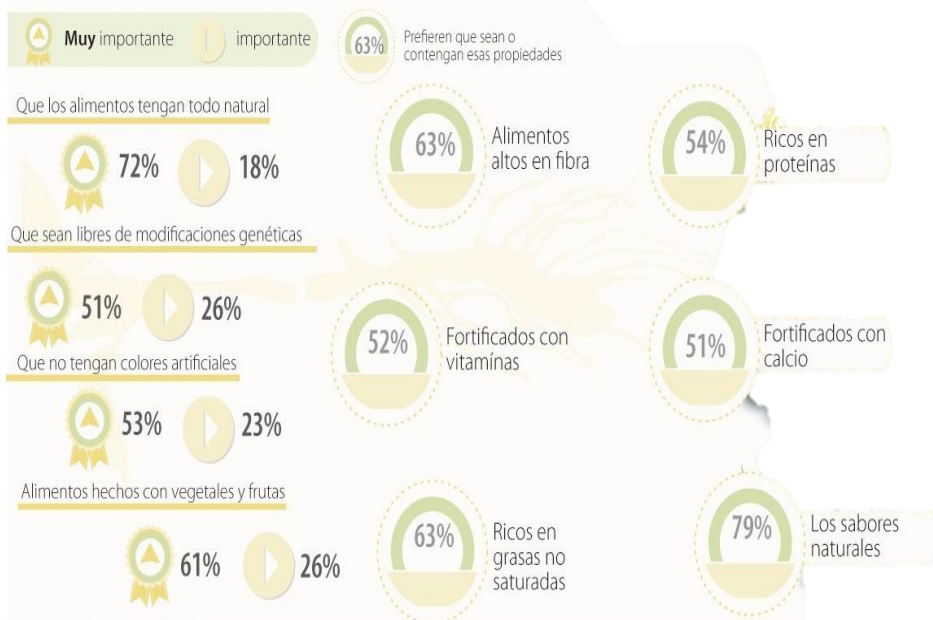
- De acuerdo con la Revista Canadian Grocer (2014), una gran tendencia ha surgido en la demanda de productos saludables en los años recientes, dado que ha habido un aumento significativo en el consumo de meriendas saludables en varios formatos, tales como barras nutricionales, mezclas de frutas y nueces, bebidas saludables, entre otros; todo con la intención de proporcionar a los consumidores un sentimiento de bienestar al momento de consumir su comida y sus meriendas.

- Según el estudio las “Tendencias Alimenticias Canadienses para el 2020: una perspectiva a largo plazo”, elaborado por el departamento Agriculture and Agri-Food Canada, la demanda de productos orgánicos está creciendo rápidamente. De acuerdo con La Asociación Canadiense de Comercio de Productos Orgánicos (Canadian Organic Trade Association, COTA), el tamaño del mercado de productos orgánicos en Canadá se estimó por encima de los USD 2 832 miles de millones en ventas anuales en el 2012 (según las cifras disponibles más recientes, que incluyen bebidas, comida y productos naturales saludables).

Por lo que podemos decir que las características saludables propias de los derivados de la semilla de Linaza como lo es el aceite refinado califican perfectamente en esta tendencia

alimenticia y son considerado por los consumidores (industrias o consumidores) como opciones saludables en este mercado nicho.

Figura N° 5: Tendencia Global de alimentació saludable



Fuente: La República

3.3.- Análisis de la oferta y la demanda

3.3.1 Análisis de la oferta

Para comprender y tener una mayor perspectiva del mercado sobre la oferta de los aceites animales y vegetales altos en ácidos grasos Omega 3 por ello debemos tener en cuenta a los principales exportadores a nivel mundial de las partidas arancelarias

15.04.20. aceite de pescado y aceites vegetales

Tabla 15: Exportaciones de la partida 15.04.20. en USD

Exportadores	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
Mundo	1.698.928	1.682.256	1.666.018	1.909.004	1.987.865
Perú	293.335	268.579	329.809	373.706	414.486
Dinamarca	239.219	264.82	228.559	227.026	242.687
Estados Unidos	129.441	163.384	127.921	133.645	170.498
Noruega	119.141	107.438	107.265	130.05	144.592
China	162.311	133.377	123.66	122.245	141.329
Chile	108.947	86.731	84.842	133.26	123.826
Islandia	78.544	83.423	75.808	90.094	71.534
Mauritania	7.934	18.614	14.41	316	65.407
Marruecos	98.766	78.607	71.636	64.354	63.388
Países Bajos	41.065	42.999	44.187	53.588	54.739

Como podemos apreciar en la Tabla N°14, los que tienen mayor participación en la exportación de grasas y aceites de pescado y sus fracciones son Perú y Dinamarca, debido a que cuentan con las principales pesqueras y plantas de procesamiento de harina

y aceite de pescado a nivel mundial. Así mismo podemos afirmar que para el año 2019 se incrementaron las exportaciones globales en un 5% con respecto al 2018, tanto Perú y Dinamarca incrementaron sus exportaciones en 11% y 7% respectivamente. La estrategia de producción se basa en el volumen y bajos precios, además cuentan con tecnologías avanzadas de procesamiento

La oferta a nivel mundial de la partida 15.15. 19. (Aceite de Lino y sus fracciones, refinado, pero sin modificar químicamente) a comparación con la partida 15.04.20.(Grasas y aceites de pescado y sus fracciones, incl. refinados, sin modificar químicamente) varía debido a que las agroindustrias destinan mayor parte del recurso natural como es la semilla de lino para el consumo humano directo en contraste con la producción del aceite.

Tabla 16: Exportaciones de la partida 15.15.19. USD

Exportadores	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
Mundo	118.312	117.933	108.391	123.406	89.575
Bélgica	37.785	32.441	31.889	31.399	33.124
Alemania	15.109	13.355	12.31	13.842	12.302
España	980	2.683	4.685	2.591	6.708
Canadá	9.09	7.247	5.853	5.943	6.37
Turquía	2.066	3.62	3.101	5.191	5.067
Estados Unidos	6.88	6.301	7.22	4.354	3.757
Francia	2.195	2.485	2.814	3.28	3.621
China	5.622	5.213	6.059	4.41	3.03
Italia	2.595	2.706	2.479	2.438	2.388
Rusia	316	339	338	384	2.292

Bélgica es el mayor exportador de la partida 15.15.19.00 a nivel mundial, teniendo una participación del 37% en las exportaciones mundiales, deducimos que los mayores participantes son los exportadores europeos, representando más del 70% Bélgica, Alemania y España.

Tabla 17: Exportaciones de la partida 15.15.19. TN

Exportadores	2015	2016	2017	2018	2019
	cantidad	cantidad	cantidad	cantidad	cantidad
	exportada, TN	exportada, TN	exportada, TN	exportada, TN	exportada, TN
Mundo	78.663	84.011	80.262	88.513	65.707
Bélgica	31.509	33.478	33.402	32.42	33.885
Alemania	10.663	10.277	9.347	9.67	8.817
Turquía	1.56	3.867	3.463	5.775	5.762
España	422	1.177	2.661	1.132	4.103
Estados Unidos	5.189	2.948	3.356	2.044	1.835
Rusia,	139	162	162	177	1.354
Italia	2.437	1.739	1.125	1.193	1.273
Australia	592	1.701	1.131	8.661	1.237
Canadá	1.983	1.524	1.436	1.184	1.2
Reino Unido	502	1.177	1.718	1.186	1.198

En la tabla N°15 se expresa las exportaciones por toneladas a nivel mundial, donde podemos concluir que ningún país sudamericano participa significativamente en las exportaciones del aceite de linaza refinado.

Tabla 18: Exportaciones Peruanas de la partida 15.15.19. TN

Importadores	2015	2016	2017	2018	2019
	cantidad exportada,	cantidad exportada,	cantidad exportada,	cantidad exportada,	cantidad exportada,
	TN	TN	TN	TN	TN
Mundo	5	3	2	0	1
Estados Unidos	5	3	2	0	1

Fuente : Trade map

Tabla 19: Exportadores peruanos de la partida 15.15.19.

Empresa	%Var 19- 18	%Part. 19
ALICORP SAA	--	100%

Fuente: Siicex

Concluimos que el Perú no exporta cantidades significativas a nivel mundial, según lo expresado en Trade map, y además solo una empresa peruana a exportado la partida

15.15.19.00 al mercado estadounidense en los últimos 5 años. Por ello consideramos que existe una oportunidad grande de explotar este recurso y ser pioneros en las exportaciones del aceite de linaza.

3.3.2 Análisis de la demanda

Se tiene una demanda constante en el mercado canadiense para los aceites refinados de origen animal como vegetal ya sea para el consumo humano directo o para transformación para bienes secundarios.

Para la elección y segmentación del mercado objetivo concluimos que Canadá es el principal importador de aceite de linaza refinado en el continente americano por lo que en la tabla N°17 identificamos a sus principales proveedores. Estados Unidos ha venido siendo su principal proveedor de aceite de linaza, en 2018 bajó significativamente sus exportaciones a Canadá por lo que China en 2019 fue su principal proveedor.

Perú no tiene participación de este producto en el mercado canadiense.

Tabla 20: Países proveedores de Canadá

Nota: Valores expresados en miles de dólares americanos

Exportadores	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019

Mundo	1.864	2.001	1.819	1.311	1.289
Estados Unidos	1.496	1.348	1.113	632	413
China	250	505	588	509	705
Francia	59	47	75	61	66
Chile	0	23	0	18	21
India	2	3	5	11	15

FUENTE: TRADE MAP

Además, consideraremos las importaciones canadienses del aceite de pescado refinado debido que el aceite de linaza pretende ser el producto sustituto por las similitudes en el compuesto ácidos grasos Omega 3.

Tabla N°21: Exportaciones partida 15.04.20.

Exportadores	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019
Mundo	87,977	102,778	132,669	114,621	123,443
Peru	37,807	54,942	75,825	54,057	64,631
Estados unidos	21,904	21,836	26,084	27,455	30,753

Chile	3,422	4,535	2,504	1,578	9,768
China	5,686	5,062	6,565	4,768	6,278
Mexico	900	3,409	6,553	6,885	4,659
Japan	555	391	396	2,163	1,601
Noruega	278	472	802	1,260	1,424

Perú representa el 52% de las exportaciones del aceite de pescado, seguido por Estados Unidos con un 25% en la participación de exportación.

Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda se procederá a analizar los valores importados en toneladas del aceite de linaza en los últimos 6 años por lo que estimaremos bajo el método de mínimos cuadrados el crecimiento de los próximos 5 años.

Tabla N°22: Importaciones canadienses de la partida 15.15.19.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Toneladas	1,196	861	799	659	445	335

Fuente: Trade Map

Aplicaremos la formula

$$Y = A + BX$$

Donde:

Gráfico N°6: Métodos de mínimos cuadrados

$$A = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2} ; \quad B = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

Tabla N°23: Método de mínimos cuadrados

	x	y	xy	x ²
2014	1	1.196	1.196	1
2015	2	861	1722	4
2016	3	799	2397	9
2017	4	659	2636	16
2018	5	445	2225	25
2019	6	335	2010	36
Total	21	3100.20	10991.20	91

A=	488.60
B=	8.03

Elaboración Propia

Y (demanda) = 488.60+ 8.03* X (año)

Tabla N°24 : Proyección de la Demanda

	2021	2022	2023	2024	2025
Toneladas	552.83	560.86	568.89	576.92	584.95
Crecimiento Demanda	-	1.45%	1.43%	1.41%	1.39%

Elaboración Propia

Podemos decir que el crecimiento proyectado es de 1.42% en los próximos 5 años.

Tabla 25: Mayores importadores de aceite de linaza en Canadá

Empresa	Ubicación
Bioriginal Food and Science Corporation	102 Melville Street Saskatoon, Saskatchewan S7J 0R1
Ecoideas Innovations Inc.	50 Mural Street, Unit 1 Richmond Hill, Ontario L4B 1E4
Left Coast Naturals	4612 Dawson Street Burnaby, British Columbia V5C 4C3

Nature's Path Foods Inc.	9100 Van Horne Way, Richmond, British Columbia V6X 1W3
Prana	1440 Jules Poitras Boulevard Montreal, Quebec H4N 1X7
Rainforest Herbal Products	415 Horner Avenue, Suite 7 Etobicoke, Ontario M8W 4W3
Sequel Naturals	101-3001 Wayburne Drive Burnaby, British Columbia V5G 4W3
Tootsi Impex	8800 Henri-Bourassa Boulevard West Ville St- Laurent, Quebec H4S 1P4
UHTCO Corporation	2378 Sequoia Way Oakville, Ontario L6M 4V5

FUENTE: PDM CANADA

Podemos concluir que el mercado canadiense de fuentes de ácidos grasos Omega 3 es muy atractivo y basto, por lo que en las importaciones del aceite de origen animal (pescado) se ha consolidado y ha ido en aumento no obstante también demandan las fuentes de origen vegetal tal les como aceite de linaza, sésamo, nueces entre otros.

Por lo que en la Tabla N°25 se identificó las mayores importadoras del mercado de Canadá.

Actualmente importan aceites vegetales y semillas para el consumo directo y/o transformación de estos

3.4. Estrategias de Ventas y Distribución

3.4.1 Estrategias de segmentación

La estrategia de segmentación que emplearemos para desarrollar el plan de negocio será la segmentación concentrada, ya que este producto está dirigido a un mercado especializado.

Tabla N°26: Segmentación del mercado

Descripción	
Geográficamente	Empresas pertenecientes a la industria nutracéuticas de Ontario – Canadá
Demográficamente	El aceite de linaza refinado está dirigido a las empresas de la industria nutracéutica.
Conductualmente	Medianas y grandes empresas que procesen y/o distribuyan aceites comestibles según sus necesidades.

Elaboración Propia

Escogimos la estrategia de segmentación concentrada debido a que se pretende exportar en volúmenes crecientes y se exportará a un sector específico del mercado canadiense con un producto que ya existe y que está en crecimiento.

3.4.2 Estrategias de posicionamiento

Consideramos que es necesario establecer las estrategias de posicionamiento debido a que el producto que pretendemos exportar no es nuevo en el mercado de destino, por ello tenemos que consolidar nuestra presencia y reconocimiento para así hacer frente a la competencia que no solo son locales sino también de distintas partes del mundo.

LINOIL S.A.C tiene como objetivo tener una ventaja competitiva por lo cual se consideraron los siguientes tipos:

Figura N°6: Ventaja competitiva



Fuente: Economipedia

Para posicionarnos en el mercado objetivo hemos seleccionado el siguiente posicionamiento:

- Posicionamiento basado en las características o diferenciación del producto

Nuestro producto contará con dos presentaciones, en galones de 4L o en capsulas monodosis de soft gel, sin embargo, a solicitud del cliente podrá variar, de esta forma satisfaremos sus necesidades y crearemos una ventaja competitiva además nuestro producto cuenta con una durabilidad de 12 meses envasado y permitirá que nuestros clientes tengan la confianza que el producto estará en óptimas condiciones por el tiempo que lo almacene para ser procesado.

Además, se destacará por su precio competitivo y ser un producto de calidad que destaca por ser rico en ácido alfa-linolénico (ALA) pertenecientes al grupo de sustancias llamadas ácidos grasos omega-3.

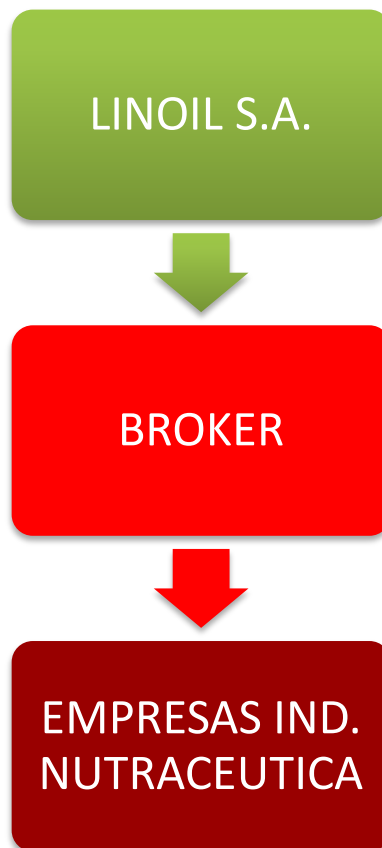
3.4.3 Estrategias de distribución

LINOIL S.A.C busca proveer de forma competitiva el aceite de linaza a las empresas de la industria nutraceútica pertenecientes al mercado canadiense por lo que en primera instancia contaremos con un agente que fungirá de bróker internacional quien conocerá la industria y dará asesoría en las negociaciones.

Un agente se caracteriza porque no adquiere propiedad del producto, debido a que es el intermediario en la operación de compraventa de productos y/o servicios a cambio de una comisión significativa.

Por lo que el tipo de distribución que emplearemos será la distribución indirecta que presenta el siguiente Flujo:

Figura N°7 : Flujo Canal de distribución



Fuente: Elaboración Propia

3.5.- Estrategias de Promoción

Para la estrategia de promoción, LINOIL S.A.C buscará dar a conocer los beneficios del aceite de linaza y las presentaciones que ofrecemos a solicitud del cliente, por lo que optaremos por 2 estrategias que consideramos de suma importancia para la promoción de nuestro producto.

E-COMERCE

Jeffrey Rayport, en su libro E-Commerce, define el comercio electrónico como “intercambios mediados por la tecnología entre diversas partes (individuos, organizaciones, o ambos), así como las actividades electrónicas dentro y entre organizaciones que facilitan esos intercambios”. (Rayport, 2003)

En la actualidad y gracias a la globalización los productos y servicios son ofertados cada vez más frecuentemente mediante las plataformas digitales, por lo que LINOIL S.A.C contará con su página web en la que podremos interactuar con nuestro cliente las 24 horas del día, de esta forma daremos mayor formalidad a la empresa.

Participación en ferias

LINOIL S.A.C considera oportuna la participación en las principales ferias internacionales como estrategia de promoción.

Se tiene como objetivo participar en una feria internacional de productos agroindustriales presentando así a los principales importadores y potenciales clientes nuestro producto, por lo que hemos identificado las principales ferias en Canadá.

Tabla N°27 : Principales ferias en Canadá

Sector	Principales Ferias	Lugar	Fecha	Página Web
Alimentos	Canadian Produce Marketing Association (CPMA)	Montreal Vancouver Toronto	Abril	www.cpma.ca
	SIAL Canada-International Food Exhibition	Toronto Montreal	Abril	www.sialcanada.com
	Canadian Health Food	Vancouver Toronto Quebec	Febrero Abril Septiembre	www.chfa.ca/tradeshows

	Association (CHFA)			
	Expo Manger Sante	Montreal Quebec City	Marzo	www.expomangersante.com

4.- PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

4.1. Envases, empaques y embalajes

Envases

Según Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2009). “Es el recipiente de cualquier material y forma que adopte destinado a contener mercancías para su empleo. Asimismo, se caracteriza por individualizar, dosificar, conservar, presentar y describir unilateralmente a los productos, pudiendo estar confeccionando con uno o más materiales distintos simultáneamente” (p.8)

Por ello, para conservar el aceite de linaza y facilitar el manipuleo de nuestro producto LINOIL S.A.C pretende exportar a granel en cilindros metálicos de 55GL, bidones de 5L y en capsulas soft gel, dependiendo de la necesidad del cliente podrá escoger entre esta variedad y facilitar en destino la utilización de este.

Nuestro producto al ser de consumo humano directo, el envase debe cumplir con los requerimientos de FDA y UE por lo que nuestro cilindro de 55GL de acero interiormente debe estar recubierto en su totalidad con barniz epoxy fenólico sanitario.

Tabla N°28 : Detalle del envase Cilindro Metálico

Envase	Cilindro Metálico
Capacidad	55GL o 208L
Material	Acero laminado
Peso	16.2 KG
Espesor	0.9 mm
Alto	880 mm
Tapa	583 mm
Fondo	583 mm

Elaboración Propia



Figura N8° : Envase metálico

Imagen referencial

Fuente: Reyemsa

Este tipo de envase facilita el manipuleo de nuestro producto además de protegerlos de la oxidación propia por el oxígeno y la luz, por lo que se garantiza su hermeticidad y protección de los rayos solares.

Para nuestra presentación de 4L litros consideramos un balde hermético grado alimenticio, su forma cilíndrica garantiza su manipuleo y buena paletización.

Tabla N°29: Detalle balde hermético 4L

Envase	Balde hermético
Capacidad	4L
Material	Cuerpo: PP aprobado para contacto con alimento Tapa y asa: PEAD aprobado para contacto con alimentos.
Alto	18.9 cm
Largo	21.2 cm
Fondo	22.1cm

Figura N°9 : Balde hermético



Imagen referencial

Fuente: Basa

Nuestra presentación de capsulas de gelatina blandas o soft gel tendrán una capacidad de 1.23ml o 1.23 cm³



Figura N°10 : Casulas softgel

Imagen referencial

Fuente:

Las cápsulas de gelatina blanda, al estar cerradas herméticamente, permiten al aceite de linaza conservar todas sus propiedades biológicas.

Asimismo, las cápsulas de gelatina blanda permiten una fácil administración y por lo tanto es el vehículo idóneo para que el aceite de linaza sea consumido.

Esta presentación contará con un envase secundario de PEAD aprobado para contacto con alimentos.

Tabla N°30: Detalle Pote pastillero 250ml

Envase	Pote pastillero
Capacidad	250 ML
Material	PEAD aprobado para contacto con alimentos.
Alto	136 mm
Tapa	55.8 mm
Fondo	65mm

Figura N°11 : Pote pastillero



Imagen referencial

Fuente:

El embalaje elegido para los potes de 250 ml son las cajas de cartón corrugado debido a que es un material que resiste a la distribución física internacional y ofrece la protección necesaria al producto, es económico, ligero, de fácil manipuleo y puede ser reciclado.

Tabla N°31: Detalle Caja cartón corrugado

Embalaje	Caja de cartón corrugado
Capacidad	15 potes
Medida	32.5 x 20 x 17 cm
Largo	32.5 cm

Ancho	20 cm
Alto	17 cm

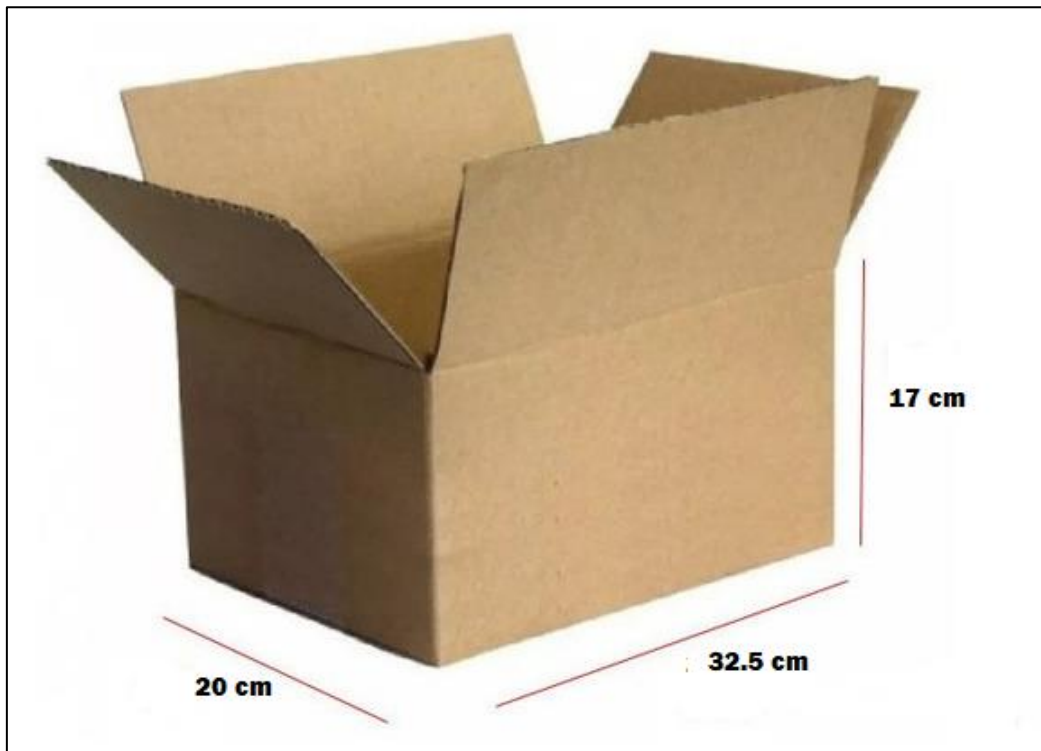


Figura N°12 : Cartón corrugado

Imagen referencial

Elaboración Propia

4.2. Diseño del rotulado y marcado

4.2.1 Diseño del rotulado

Según PDM Canadá no hay normas específicas para los empaques o etiquetado de linaza (aceites y semillas). Sin embargo, identificamos guías generales a seguir que se aplican a todos los productos alimenticios empacados para consumo y la venta al por menor. La Agencia Canadiense de Inspección Alimenticia (Canadian Food Inspection Agency, CFIA,) estipula que todos los productos deben de contener la información específica (tamaño, descripción del producto, UPC o PLU (código de precio), país de origen, nombre del importador y dirección, entre otros) en los idiomas oficiales de Canadá: inglés y francés.

La información nutricional se debe presentar en el siguiente orden:

Nutrition facts	
Valeur nutritive	
Per 1oz / par 28gr	
Amount	% Daily Value
Teneur	% Valeur quotidienne
Calories / Calories	82
Fat / Lipides	1 g 2%
Saturated / Saturés	0 g
+ Trans / trans	0 g 0%
Cholesterol / Cholestérol	0 mg
Sodium / Sodium	10 mg 0%
Carbohydrates / Glucides	17 g 7%
Fibre / Fibres	5.5 g 25%
Sugars / sucres	8 g
Protein / Protéines	2 g
Vitamin A / Vitamine A	40%
Vitamin C / Vitamine C	4%
Calcium / Calcium	1%
Iron / Fer	6%

Figura N°13: Información Nutricional

Fuente: PDM Canadá

Tabla N°32: Información de rotulado

INFORMACION DE ROTULADO	
Nombre o denominación del producto	Aceite de linaza refinado
País de fabricación	Perú
Fecha de vencimiento	F. Fabricación: 06/2020 F. Vencimiento: 21/2021
Condiciones de conservación	Conservar en un lugar fresco, fuera del alcance directo de luz solar o temperaturas elevadas.
Observaciones	Aceite de linaza extra virgen
Contenido neto	55GL / 4L / 1000mg
Nombre y domicilio legal del fabricante	LINOIL S.A.C RUC: 20xxxxxxx JR WANCHUY 222 (511) 3790594 Ventas@linoilsac.com

Fuente: Elaboración Propia

Información nutricional del aceite de linaza:

Figura N°14 : Información nutricional Aceite de linaza

Nutritiun Facts		
Valeur Nutritive		
Per 1 softgel		
Amount	% Daily value	
Teneur	% Valeur quotidienne	
Calories	9	
Total Fat	1g	2%*
Polunsaturated Fat	0.7g	
Organic Flaxseed Oil (Linum usitassimum, seed)	1000mg	**

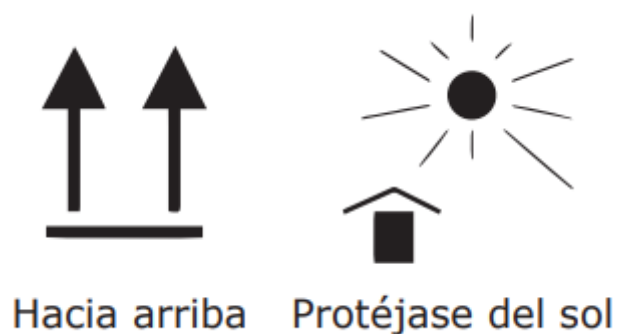
*percent daily values are bases on a 2000 calie diet/les
 **Daily value not established/Valeur quotidienne non

Elaboración Propia

4.2.2 Diseño del mercado

En el diseño de mercado según la norma ISO 7000 que tiene el fin de instruir una persona para el manipuleo del material con el marcado de símbolos gráficos por lo que nuestras cajas y cilindros contarán con los siguientes pictogramas:

Figura N°15: Pictogramas



Los pictogramas que se emplearemos serán, hacia arriba (con el fin de buen orden y optimo manipuleo) y protéjase del calor (con el fin que el producto no se oxide por la luz y temperatura).

Tabla N°33: Mercado de la carga

INFORMACION DEL MERCADO	
País de Origen	Perú
Datos del exportador	LINOIL S.A.C
Datos del importador	Rainforest Herbal Products
Destino	Ontario - Canadá
Símbolos pictográficos	Hacia arriba, Protéjase del calor
Numeración de bultos	1 de 10

Elaboración propia.

4.3. Unitarización y cubicaje de la carga

En la unitarización de la carga, consideraremos el pallet estándar para agrupar las cajas de cartón corrugado y los baldes de 4IL, que contarán con las siguientes características:

Tabla N°34: Unitarización

UNITARIZACIÓN		
	Presentación –	
	Soft gel	Caja



Medida Palet	120 x 100 x 15 cm
N° de cajas en base	18 cajas
Niveles por Palet	6 niveles
Total, de cajas por Pallet	108 cajas



Presentación – Balde 4L	Balde
Medida Pallet	120 x 100 x 15 cm
N° de baldes en base	24 baldes
Niveles por Pallet	5 niveles
Total, de baldes por Pallet	96 baldes

Presentación – Cilindro 55GL	
-------------------------------------	--



Medida Pallet	120 x 100 x 15 cm
N° de Cilindros en base	3 cilindros
Niveles por Pallet	1 Nivel
Total, de cilindros por Pallet	3 cilindros

Fuente : Elaboración Propia

4.4. Cadena de DFI de exportación

Para la distribución física internacional del aceite de linaza, consideraremos los eslabones que conformar la cadena desde la obtención de nuestra materia prima hasta el arribo del producto terminado en el puerto de Toronto – Canadá.

Del insumo

LINOIL S.A.C tercerizará el proceso productivo del Aceite de Linaza contratando los servicios de una empresa con experiencia en el sector. Debido al manejo de economía de escala que estos poseen será la mejor alternativa para generar una mayor eficiencia y reducir los costos.

Tabla N° 35: Proveedores de LINOIL S.A.C

EMPRESA	RUC	SERVICIO
INSUQUIMICA S.A.C	20510921128	Servicio de Maquila
CANDELA	20110804483	Servicio de Maquila
IDSA S.A	20396849853	Servicio de Maquila
BIOLOGISTICA PERU S.A.C	20600572106	Servicio de Encapsulado Soft Gel

La empresa Insuquimica ubicada en el distrito de San Juan de Lurigancho, se encargará del proceso de producción que comprende desde la obtención de la materia prima (semillas de linaza) hasta el producto terminado. El proveedor cuenta con la tecnología y capital humano para realizar estos procesos bajos los estándares de calidad e inocuidad. Envasarán el aceite en los cilindros de 208L y baldes de 4L, correctamente rotulados dado que LINOIL S.A.C les brindará las características de estos.

El proceso de producción contará con la supervisión de LIONOIL S.A.C quien asegurará que los procesos cumplan con las normas de calidad.

Para la elaboración de las capsulas Soft gel, LINOIL S.A.C contratará los servicios de un segundo proveedor Biologística Perú S.A.C quien se encargará del encapsulado y empaquetado para la distribución del aceite de linaza. Este proceso comprenderá desde la entrega por parte Insuquímica hacia los almacenes de Biologística Perú S.A.C quien encapsulará el aceite de linaza.

De la Infraestructura

La ubicación de la empresa LINOIL S.A.C es:

Tabla N°36 : Ubicación de la empresa LINOIL S.AC

Localización de la Empresa	
País	Perú
Departamento	Lima
Provincia	Lima
Dirección	Jr Wanchuy 222. Mangamarca, S.J. L

La empresa se encontrará ubicado en el Mangamarca en el distrito de San Juan de Lurigancho, el cual es conveniente estratégicamente considerando la cercanía a nuestros principales proveedores y el fácil acceso a la vía de evitamiento.

El local de 100 m² contará con 4 ambientes, que cumplirán las actividades administrativas y de almacenaje y estará distribuido de la siguiente manera:



Figura N°16: Mapeo de distribución de ambientes LINOIL S.A.C

Elaboración propia

Establecer estrategias de suministro

La estrategia de suministro comprende por los procesos en el cual están involucrados tanto los proveedores como el cliente, y se busca lograr la optimización de estos procesos mediante la calidad, costos competitivos en el mercado y sobre todo el tiempo en el cual se ejecutan.

TablaN°37: Criterios para la elección del proveedor de materia prima

Criterios	INSUQUIMICA	CANDELA	IDSA
Precio Lt	47.25	52.8	52
Experiencia	15 años	31 años	6 años
Ubicación del proveedor	San Juan de Lurigancho	Villa el Salvador	Lima Cercado
Puntualidad	Muy buena	Buena	Buena
Volumen de suministro	2500 Litros/mes	2500 Litros/mes	1500 Litros/mes

TablaN°38: Matriz de selección del proveedor para el proceso productivo

Criterios	Pesos	INSUQUIMICA	Puntaje	CANDELA	Puntaje	IDSA	Puntaje
Precio Lt	30%	5	1.5	3	0.9	3	0.9
Experiencia	25%	4	1	5	1.25	2	0.5
Ubicación del proveedor	15%	5	0.75	3	0.45	4	0.6
Puntualidad	20%	5	1	4	0.8	4	0.8

Volumen de suministro	10%	5	0.5	5	0.5	4	0.4
Total	100%		4.75		3.9		3.2

De acuerdo con la matriz de selección con los pesos asignados a cada criterio la empresa LINOIL S.A.C trabajará con INSUQUIMICA siendo un proveedor estratégico en costos y ubicación además este proveedor tiene las certificaciones HACCP que garantiza la inocuidad alimentaria del producto final.

INSUQUIMICA se encargará de la producción y el envasado de las presentaciones de 55GL o 208L y baldes de 4L correctamente embalado y rotulado teniendo como punto de entrega el almacén de LINOIL S.A.C.

Para el encapsulado en Soft Gel contaremos con los servicios de maquila del proveedor BIOQUIMICA PERU S.A.C quien además se encargará del envase y rotulado de los frascos de 250ml, esta empresa esta ubicada en San Juan de Lurigancho, lo cual lo hace un proveedor estratégico por la cercanía al local de LINOIL S.A.C e INSUQUIMICA.

TablaN°39 : Ubicación de la empresa BIOLOGISTICA PERÚ S.A.C

Localización de la Empresa	
País	Perú

Departamento	Lima
Provincia	Lima
Dirección	Av. Álamos Nro. 520, Canto Rey, S.J. L

Estas empresas maquiladoras serán responsable de la unitarización de la carga en pallets, los cuales deberán contar con el certificado fitosanitario autorizado por SENASA de acuerdo con las NIMF-15.

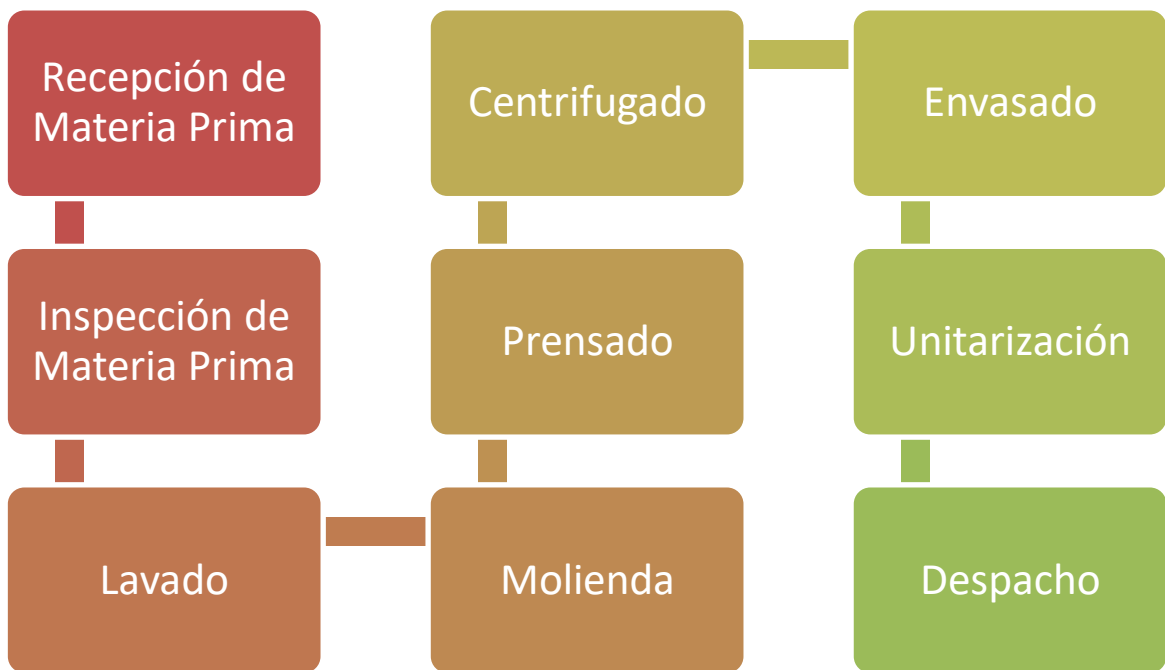
Determinación del proceso productivo

El proceso productivo del aceite de linaza refinado se llevará a cabo por la empresa maquiladora INSUQUIMICA S.A.C. A continuación, presentamos el proceso productivo:

1. Recepción de materia prima. – El proveedor INSUQUIMICA S.A.C recepcionará la materia prima que son las semillas de linaza en sus instalaciones en San Juan de Lurigancho.
2. Inspección de la materia prima. – Se procede a eliminar todas las impurezas o materiales ajenos a las semillas que pueda encontrarse mediante ventilación y zarandeo.
3. Lavado. – Se eliminan las impurezas mediante el lavado.
4. Molienda. - La molienda es la trituration de la semilla. Esto se consigue mediante un molino de martillos metálicos.

5. Prensado. – Se aplicará un prensado en “frio” aquí se vigila especialmente que la temperatura generada por la presión no supere los 45° C para asegurar la estabilidad molecular de los ácidos grasos poliinsaturados.
6. Centrifugado. En este proceso se remueve cualquier partícula extraña diferente aceite que afecta negativamente a su apariencia, sabor, color y tiempo de vida.
7. Envasado. – Se colocará el aceite en los cilindros de 55GL o baldes de 4L.

Figura N°17 : Proceso de producción Aceite de Linaza



Elaboración Propia

Requisitos de Acceso al mercado objetivo

Debemos tener en cuenta las entidades que regulan las exportaciones de alimentos a nivel local como en destino.

Perú

Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria (DIGESA)

Se encarga de la fiscalización en materia de salud ambiental y tiene como una de sus competencias otorgar certificaciones, autorizaciones, permisos y registros, además ejerce las funciones de autoridad nacional de salud ambiental e inocuidad alimentaria.

Superintendencia nacional de aduanas y administración tributaria (SUNAT)

Para la comercialización de mercancías nacionales o nacionalizadas la SUNAT tiene la función de controlar y fiscalizar el tráfico, cualquiera sea su origen y naturaleza además de inspeccionar, fiscalizar y controlar las agencias de aduanas, despachadores oficiales, depósitos autorizados, almacenes fiscales, terminales de almacenamiento, consignatarios y medios de transporte utilizados en el tráfico internacional de personas, mercancías u otros.

Certificación de Origen

Las entidades que emiten certificados de origen son:

- Cámara de Comercio de Lima (CCL),
- Asociación de Exportadores (ADEX)
- Sociedad Nacional de Industrias (SIN).

Para la exportación del aceite de linaza refinado gracias el Tratado de Libre Comercio que se tiene con Canadá, la partida arancelaria de nuestro producto está exonerada del Ad Valoren por lo que presentará una ventaja frente a los exportadores de otros países.

Canadá

Canadian Food Inspection Agency – (CFIA)

La CFIA regula las importaciones de productos alimenticios también dicta las políticas para los alimentos importados, y estas reglas son aplicadas por los oficiales de la CBSA quienes examinan los productos en las fronteras canadiense.

Canada Border Services Agency – CBSA

La CBSA es el responsable de los servicios fronterizos y el cumplimiento de la ley canadiense para fronteras. Por lo que todos los productos que ingresan a Canadá deben ser reportados a la CBSA y están sujetos a inspección.

Health Canada (Ministerio de Salud de Canadá)

Es el responsable de evaluar las actividades de la Canadian Food Inspection Agency relacionados con la seguridad alimentaria.

Operador Logístico

Se contará con el servicio integral de agencia de aduana y operador logístico de AUSA

ADUANAS S.A.C

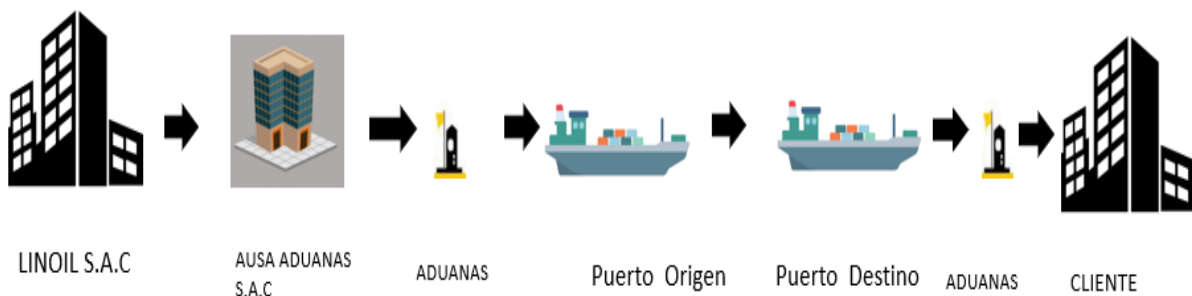
Tabla N°40: Calificación AUSA

AUSA ADUANAS S.A.C	
Experiencia en el Rubro	1993
Cantidad de trabajadores	350
Ranking de principales agentes de aduanas según FOB	7

Fuente : Datacomex 2019

AUSA será responsable del transporte del almacén de LINOIL S.A.C hasta el terminal portuario del Callao, del ingreso de la carga al depósito temporal, del servicio de agente de aduanas con respecto a los trámites para la salida definitiva de la carga y el agenciamiento de carga, el flete, la emisión del BL, transmisión del manifiesto y consolidación de la carga.

Figura N°18 : Distribución física internacional



Elaboración propia

Transporte Marítimo

Se ha optado por consolidar la carga y enviar lo por transporte marítimo desde el puerto del Callao hasta el puerto de destino siendo el puerto de Toronto Canadá, teniendo 21 días de transito marítimo.

LINOIL S.A.C ve conveniente la exportación por este medio ya que a comparación del aéreo los costos son menores y la capacidad de carga superior.

Se venderá el aceite de linaza bajo el incoterm FOB, por lo tanto, la responsabilidad de la empresa solo cubre hasta que se deje la carga en la borda del buque, el seguro será solicitado por el importador y el pago corre por su cuenta de él.

5.- PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

5.1.- Fijación de precios

5.1.1 Costos y precio

La empresa LINOIL S.A.C realizará sus exportaciones en términos FOB, El exportador asumirá todos los costos en origen y terminará sus riesgos y responsabilidades cuando la mercancía este a bordo del buque.

Consideramos los siguientes criterios para determinar el precio FOB:

Costo Unit. FOB \$	Costo Fijo unitario	Costo Variable Unit.	IGV	Margen de Ganancia	Precio Unit. FOB \$
-----------------------	------------------------	----------------------------	-----	-----------------------	------------------------

Consideraremos el porcentaje del IGV en nuestras transacciones debido a que no optaremos por las devoluciones de drawback o saldo a favor del exportador.

Los costos incurridos que detallaremos a continuación corresponden a la primera exportación del aceite de linaza refinado en capsulas softgel:

Tabla N°41: Calculo costo FOB presentación softgel

Descripción					Importe \$
<u>A. Costos de Producción</u>					
Aceite de Linaza	500	Lt	\$13.82		6,910.00
Capsula soft gel	3,537.00	Fc	2.20		7,781.40
Cajas de cartón			Incluido en maquila		
Embalaje			Incluido en maquila		
					14,691.40
<u>B. Costos de comercialización y distribución</u>					
					1,808.00

Flete terrestre	800.00 Kg	0.30	240.00	
Certificado de Origen			15.00	
Otros documentos			18.00	
Comisión Ag Aduana			1,000.00	
Gestión documentaria			200.00	
Embarque mercancías LCL			230.00	
Gastos administrativos			40.00	
Gastos de estiba y carga			65.00	
C. Costos financieros				100.00
Comisión por transferencia			100.00	
Costo Total FOB \$				16,599.40
Utilidad \$				10,479.16
Precio Total FOB \$				27,078.56
Elaboración Propia				

Tabla N°42: Calculo Precio FOB

Productos	Peso %	Costo Total FOB \$	Costo Unit. FOB \$	Costo Fijo unitario	Precio 1	Precio + igv	Margen de Ganancia	Precio Unit. FOB \$	Total Precio FOB \$
Aceite de Linaza	100.00%	16,599.40	4.69	0.90	5.59	6.60	16%	7.66	27,078.56
	100%	16,599.40							27,078.56

Elaboración Propia

Así mismo, detallamos los costos Unitarios FOB correspondiente en las

presentaciones de:

Tabla N°43: Calculo costo FOB presentación balde y cilindro

Datos Generales	
Balde 5L	59.00
Cilindro 208L	1.00

Descripción	Importe \$
A. Costos de Producción	
Aceite de Linaza	
Cilindro 208L	2,874.56

Balde 5L	295	Lt	\$13.82	4,076.90
Embalaje			Incluido en maquila	
				6,951.46

B. Costos de comercialización y distribución **1,748.00**

Flete terrestre	600.00	Kg	0.30	180.00
Certificado de Origen				15.00
Otros documentos				18.00
Comisión Ag Aduana				1,000.00
Gestión documentaria				200.00
Embarque mercancías LCL				230.00
Gastos administrativos				40.00
Gastos de estiba y carga				65.00

C. Costos financieros **100.00**

Comisión por transferencia				100.00
----------------------------	--	--	--	--------

Costo Total FOB \$ **8,799.46**

Utilidad \$				<u>2,639.84</u>
-------------	--	--	--	-----------------

Precio Total FOB \$ **11,439.30**

Elaboración Propia

Tabla N°44: Calculo Precio FOB cilindro y balde

Productos	Peso %	Costo Total FOB \$	Costo Unit. FOB \$	Margen de Ganancia	Precio Unit. FOB \$	Total Precio FOB \$
Cilindro 208L	41.35%	3,638.74	17.49	30%	22.74	4,730.37
Balde 5L	58.65%	5,160.72	17.49	30%	22.74	6,708.93
	100%	8,799.46				11,439.30

Elaboración Propia

5.1.2 Cotización internacional

Figura N°19: Cotización Internacional Elaboración Propia

LINOIL S.A.C
Jr. Wanchuy 222 San Juan de Lurigancho, Lima – Perú
Teléfono: (51-1) 379-0594
www.linoilperu.com



Lima 13 de abril de 2020

Señores

Ecoideas Innovations Inc.

Atención. - Mr. Julian Madort

Estimados Señores:

Mediante la presente le hacemos llegar nuestra cotización de acuerdo con las especificaciones establecidas por ustedes:

PRODUCTO	:	ACEITE DE LINAZA 1250 MG
CARACTERÍSTICAS	:	PUREZA EXTRAVIRGEN
PRESENTACION	:	FRASCO CAPSULAS X 100
PARTIDA ARANCELARIA	:	1515.19.00.00
CANTIDAD	:	3537 FRASCOS
PROPORCION EMBALAJE	:	CAJAS DE CARTON CORRUGADO L: 32.5C M X A: 20 CM X H: 17 CM
PRECIO FOB PUERTO CALLAO	:	US \$ 6.10 X FRASCO
FORMA DE PAGO	:	T/T 40% AL INICIO, 60% FECHA EMBARQUE
FECHA DE EMBARQUE	:	30 DIAS DESPUES DE HABER ACEPTADO EL PRIMER PAGO
MEDIO DE TRANSPORTE	:	MARITIMO (SIN TRANSBORDO)
PUERTO DE EMBARQUE	:	CALLAO – PERU
VALIDEZ DE LA OFERTA	:	30 DIAS

Debemos manifestar que el producto detallado goza de beneficio arancelario por lo que enviaremos el Certificado de Origen.

En señal de conformidad y aceptación de las condiciones arriba expresadas, suscribimos el presente documento.

Atentamente







GERSON ESCOBAR REYES

GERENTE COMERCIAL

5.2.- Contrato de compra venta internacional y sus documentos (Ver anexo 1)

Tabla N°45: Contrato de Compra Venta Internacional

Aspectos de la Compraventa Internacional	Información del Plan de Negocios
<p>1. Las Partes</p>	<p>Exportador</p> <p>Linoil S.A.C</p> <p>Jr. Wanchuy 222 San Juan de Lurigancho Lima Perú</p> <p>Teléfono: 511-3790594</p> <p>Consignatario</p> <p>Ecoideas Innovations Inc.</p> <p>630 Newpark Blvd Newmarket, ON L3x 2s2</p> <p>Phone: 1-888-735-7258</p>
<p>2. La Vigencia del contrato</p>	<p>Fecha inicio: 01 agosto del 2020</p> <p>Fecha Termino: 31 diciembre del 2023</p>
<p>3. La Mercancía</p>	<p>Aceite de Linaza extra virgen en capsulas soft gel 125mg</p>

	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr style="background-color: #800000; color: white;"> <th colspan="3" style="text-align: center;">FICHA TECNICA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="width: 30%;">NOMBRE COMERCIAL</td> <td colspan="2">Aceite de linaza extra virgen</td> </tr> <tr> <td>DESCRIPCION DEL PRODUCTO</td> <td colspan="2"> Producto del prensado en frío de la semilla de linaza se obtiene un aceite de color amarillo anaranjado con un agradable sabor a nuez. Conserva su alto valor nutritivo durante mucho tiempo cuando es almacenado correctamente. Más del 70% del aceite de la linaza es ácido graso poliinsaturado y una de las características únicas de este prodigioso aceite es la alta proporción de ácido alfa-linolénico (AAL) (ácido graso omega-3) en relación al ácido linoléico (ácido graso omega-6) </td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="text-align: center;">CARACTERISTICAS</td> </tr> <tr> <td rowspan="2" style="text-align: center;">Organolépticas</td> <td>Color</td> <td style="text-align: center;">amarillo</td> </tr> <tr> <td>Apariencia</td> <td style="text-align: center;">liquida</td> </tr> <tr> <td>PARTIDA ARANCELARIA</td> <td colspan="2" style="text-align: center;">15.15.19.00</td> </tr> <tr> <td rowspan="2" style="text-align: center;">EMPAQUE Y ROTULADO</td> <td>Envase 1 : Galones de 4L</td> <td style="text-align: center;"></td> </tr> <tr> <td>Envase 2 : Capsulas Soft Gel</td> <td style="text-align: center;"></td> </tr> </tbody> </table>	FICHA TECNICA			NOMBRE COMERCIAL	Aceite de linaza extra virgen		DESCRIPCION DEL PRODUCTO	Producto del prensado en frío de la semilla de linaza se obtiene un aceite de color amarillo anaranjado con un agradable sabor a nuez. Conserva su alto valor nutritivo durante mucho tiempo cuando es almacenado correctamente. Más del 70% del aceite de la linaza es ácido graso poliinsaturado y una de las características únicas de este prodigioso aceite es la alta proporción de ácido alfa-linolénico (AAL) (ácido graso omega-3) en relación al ácido linoléico (ácido graso omega-6)		CARACTERISTICAS			Organolépticas	Color	amarillo	Apariencia	liquida	PARTIDA ARANCELARIA	15.15.19.00		EMPAQUE Y ROTULADO	Envase 1 : Galones de 4L		Envase 2 : Capsulas Soft Gel	
FICHA TECNICA																										
NOMBRE COMERCIAL	Aceite de linaza extra virgen																									
DESCRIPCION DEL PRODUCTO	Producto del prensado en frío de la semilla de linaza se obtiene un aceite de color amarillo anaranjado con un agradable sabor a nuez. Conserva su alto valor nutritivo durante mucho tiempo cuando es almacenado correctamente. Más del 70% del aceite de la linaza es ácido graso poliinsaturado y una de las características únicas de este prodigioso aceite es la alta proporción de ácido alfa-linolénico (AAL) (ácido graso omega-3) en relación al ácido linoléico (ácido graso omega-6)																									
CARACTERISTICAS																										
Organolépticas	Color	amarillo																								
	Apariencia	liquida																								
PARTIDA ARANCELARIA	15.15.19.00																									
EMPAQUE Y ROTULADO	Envase 1 : Galones de 4L																									
	Envase 2 : Capsulas Soft Gel																									
4. La Cantidad	3537 FRASCOS																									
5. El Envase	Frascos de 100 capsulas de 125mg																									
6. El Embalaje	Cajas de cartón corrugado Largo 32.5cm x Ancho 20cm x Altura 17cm																									
7. El Transporte	Medio de transporte marítimo																									

8. La Fecha Máxima de Embarque	1er pedido: 30 octubre 2020																						
9. Lugar de Entrega	Puerto Marítimo del Callao																						
10. El Incoterm	FOB (Versión 2020)																						
11. El Seguro	Por cuenta del Importador																						
12. Los Gastos	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Distribución de gastos</th> <th>Responsable</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Verificación de peso, calidad o medida</td> <td>VENDEDOR</td> </tr> <tr> <td>Evases y embalajes</td> <td>VENDEDOR</td> </tr> <tr> <td>Carga en los locales del vendedor</td> <td>VENDEDOR</td> </tr> <tr> <td>Transporte y seguro hasta el puerto de salida</td> <td>VENDEDOR</td> </tr> <tr> <td>Retrasos del buque</td> <td>COMPRADOR</td> </tr> <tr> <td>Trasporte principal (marítimo)</td> <td>COMPRADOR</td> </tr> <tr> <td>Seguro de transporte principal</td> <td>COMPRADOR</td> </tr> <tr> <td>Descarga en el puerto de destino</td> <td>COMPRADOR</td> </tr> <tr> <td>Transporte y seguro hasta almacén del comprador</td> <td>COMPRADOR</td> </tr> <tr> <td>Descarga en los locales del comprador</td> <td>COMPRADOR</td> </tr> </tbody> </table>	Distribución de gastos	Responsable	Verificación de peso, calidad o medida	VENDEDOR	Evases y embalajes	VENDEDOR	Carga en los locales del vendedor	VENDEDOR	Transporte y seguro hasta el puerto de salida	VENDEDOR	Retrasos del buque	COMPRADOR	Trasporte principal (marítimo)	COMPRADOR	Seguro de transporte principal	COMPRADOR	Descarga en el puerto de destino	COMPRADOR	Transporte y seguro hasta almacén del comprador	COMPRADOR	Descarga en los locales del comprador	COMPRADOR
Distribución de gastos	Responsable																						
Verificación de peso, calidad o medida	VENDEDOR																						
Evases y embalajes	VENDEDOR																						
Carga en los locales del vendedor	VENDEDOR																						
Transporte y seguro hasta el puerto de salida	VENDEDOR																						
Retrasos del buque	COMPRADOR																						
Trasporte principal (marítimo)	COMPRADOR																						
Seguro de transporte principal	COMPRADOR																						
Descarga en el puerto de destino	COMPRADOR																						
Transporte y seguro hasta almacén del comprador	COMPRADOR																						
Descarga en los locales del comprador	COMPRADOR																						
13. La Transmisión de los Riesgos	El riesgo de pérdida o daño de la mercancía se transmitirá al comprador cuando las mercancías se encuentren a bordo del buque del puerto de embarque.																						
14. Moneda de Transacción	Dólares americanos																						
15. Precio	\$6.10 dólares americanos por unidad en términos FOB Puerto Callao.																						

16. Forma de Pago	40% al inicio, 60% Fecha embarque la mercadería
17. Medio de Pago	Transferencia bancaria
18. La Documentación	<ul style="list-style-type: none"> • Factura Comercial • Lista de Empaque • Póliza de Seguro • Conocimiento de Embarque • Certificado de origen • Declaración aduanera de exportación definitiva
19. Lugar de Fabricación	Lima - Perú
20. Solución de controversias	Todas las partes se someten a la decisión inapelable de un Tribunal Arbitral, en caso exista controversia o desacuerdo entre las partes que se derive de la interpretación o ejecución del presente acuerdo (Convención de Viena).

Elaboración Propia

Tabla N°46 :Factura comercial

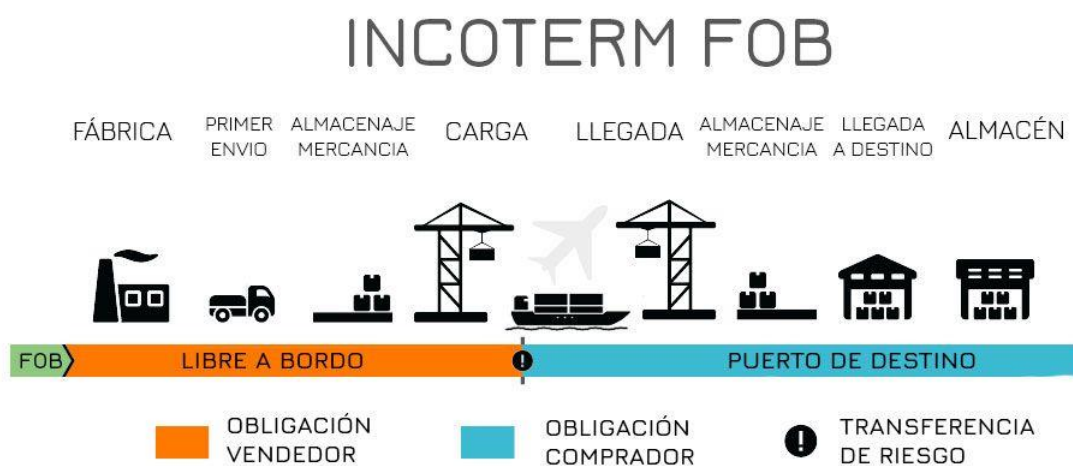
COMMERCIAL INVOICE									
Exporter: Linoil S.A.C Jr. Wanchuy 222 San Juan de Lurigancho Lima Perú Teléfono: 511-3790594 Ruc: 20xxxxxxxx			Invoice No. & Date: EXP 010/01-2020 01-JUL-2020		Proforma				
			Buyers Order No. & Date: IMP200 03-JUN-2020						
			Other reference (s):		Bill of Lading No. & Date:				
Consignee: Ecoideas Innovations Inc. 630 Newpark Blvd Newmarket, ON L3x 2s2 Phone: 1-888-735-7258			Buyer (If other than consignee):						
Pre-carriage By SEA		Place of Receipt		Country of origin PERU		Country of destination CANADÁ			
Sea Details		Port of Loading CALLAO SEA PORT		Payment Terms: T/T 40 % at the beginning and the other 60 % from the date of Bill of Lading					
Port of Discharge TORONTO SEA POR		Final Destination TORONTO							
Boxes Marks Container No.		Numbering of the boxes	Number of Boxes	Description of Goods	Quantity	Presentation	FOB Price USD	Total FOB USD	
Linoil S.A.C		1 to 235	235	Aceite de linaza extra virgen Fracos con 100 capsulas soft gel 125mg	3,537	Units	6.10	21,575.70	
			235					TOTAL FOB	21,575.70
AMOUNT CHARGEABLE (IN WORDS): Twenty one thousand five hundred seventy five and 70/100 dolars									
Manufacturer: Linoil S.A.C.							Freight	0.00	
Total Net Wt:			Total Shipper: 235.000				Insurance	0.00	
Total Gross Wt:			Total CBM:				TOTAL FOB	21,575.70	
WE HEREBY CERTIFY THAT THE GOODS ARE OF US ORIGIN WE DECLARE THAT THIS PACKING LIST SHOWS THE CORRECT SPECIFICATION OF GOODS DESCRIBED AND THAT ALL PARTICULARS ARE TRUE AND CORRECT									

5.3 Elección y aplicación del Incoterm

La empresa LINOIL S.A.C utilizara para la exportación del aceite de linaza extra virgen, el Incoterm FOB (Free On Board) es el precio de venta del bien la borda de la nave y/o del transporte marítimo, sin incluir valor de seguro y fletes.

En las exportaciones marítimas los incoterms más frecuentes son FOB y CIF.

FIGURA N 20°: Obligaciones del vendedor y comprador



Fuente: Otraempresa.com

En la figura 20 identificamos de forma sintetizada las obligaciones del exportador e importador bajo el incoterm FOB además de la transferencia de riesgo de la mercancía.

5.4.- Determinación del medio de pago y cobro

La forma de pago seleccionada para las transacciones de las exportaciones es la Transferencia Bancaria Internacional. Considerando el riesgo de las primeras exportaciones, el medio de pago seleccionado es el más adecuado y seguro. La elección es debido a sus características: Es un pago simple y rápido

Ventajas:

Sencillez: solo requiere de una solicitud de instrucciones para realizar el cargo en cuenta.

Costo: Es una operación con bajas comisiones.

Rapidez: Las operaciones son procesadas el mismo día o al día siguiente.

Desventajas:

Durante el envío pueden existir bancos intermediarios.

Puede presentarse sobrecostos si las responsabilidades por los gastos del exterior no están bien definidas.

LINOIL S.A.C para hacer efectivo el cobro de las transferencias del exterior trabajara con el Banco de Crédito del Perú, el cual cobra una comisión competitiva y brinda facilidades a los usuarios, este costo por comisión esta incluido en los costos FOB unitario de nuestro producto aceite de linaza.

Figura N21: Comisión transferencia del exterior BCP

5 Transferencias del exterior					
5.1 Con Abono en Cuenta Corriente M.E, Ahorros y/o Plazo M.E.					
5.1.1 BCI Chile		\$ 11 [S/ 37.40]		Por operación	19/08/2010
5.1.2 Otros Bancos		\$ 24 [S/ 81.60]		Por operación	15/02/2018
5.2 Por Pago en Billetes M.E.	0.5%	\$ 24 [S/ 81.60]	\$ 100 [S/ 340.00]	Por operación	15/02/2018

Fuente: BCP (2020)

5.5. - Elección del régimen de exportación o de importación

El régimen seleccionado para la exportación del aceite de linaza es la exportación definitiva.

El trámite documentario para la exportación se llevará acabado de forma integral por una Agencia de Aduanas.

Documentación Exigible

- Copia del documento de transporte (conocimiento de embarque, carta de porte aéreo o carta de porte terrestre, según el medio de transporte empleado).
- Copia SUNAT de la factura o representación impresa tratándose de la factura electrónica.
- Documento que acredite el mandato a favor del agente de aduana: copia del documento de transporte debidamente endosado o poder especial.
- Otros que por la naturaleza de la mercancía se requiera para su exportación.

(Sunat 2018)

5.6 Gestión aduanera de comercio internacional

El proceso de exportación consta de:

1. Numeración de la DAM

El despachador de aduana transmite electrónicamente la información de los datos provisionales contenidas en la DAM a la Intendencia de Aduana en cuya jurisdicción se encuentra la mercancía. La Aduana llevará a cabo los siguientes pasos:

SIGAD: Convalida información, genera el número de DAM y deja expedita la mercancía para ser ingresada a Zona Primaria.

2. Ingreso de mercancía a zona primaria

El despachador de aduana ingresa la mercancía a un Depósito Temporal donde será embarcada para su exportación, ubicado en cualquier puerto, aeropuerto o terminal terrestre, como requisito previo a la selección del canal de control de la DAM.

3. Transmisión de los datos de la Recepción de la carga por el Depósito Temporal y selección del canal de control

El Depósito temporal debe transmitir la información de la recepción de la mercancía dentro de las dos (02) horas contadas a partir de lo que suceda último: La recepción de la totalidad de la mercancía; o La presentación de la DAM por el despachador de aduana.

4. Reconocimiento físico

El despachador de aduana solicita el reconocimiento físico, presentando: La DAM canal rojo; y autorizaciones especiales en original, de corresponder.

La atención del reconocimiento físico se realiza las 24 horas del día y se efectúa en presencia del exportador y/o despachador. El Especialista aleatoriamente las mercancías seleccionadas a reconocer físicamente.

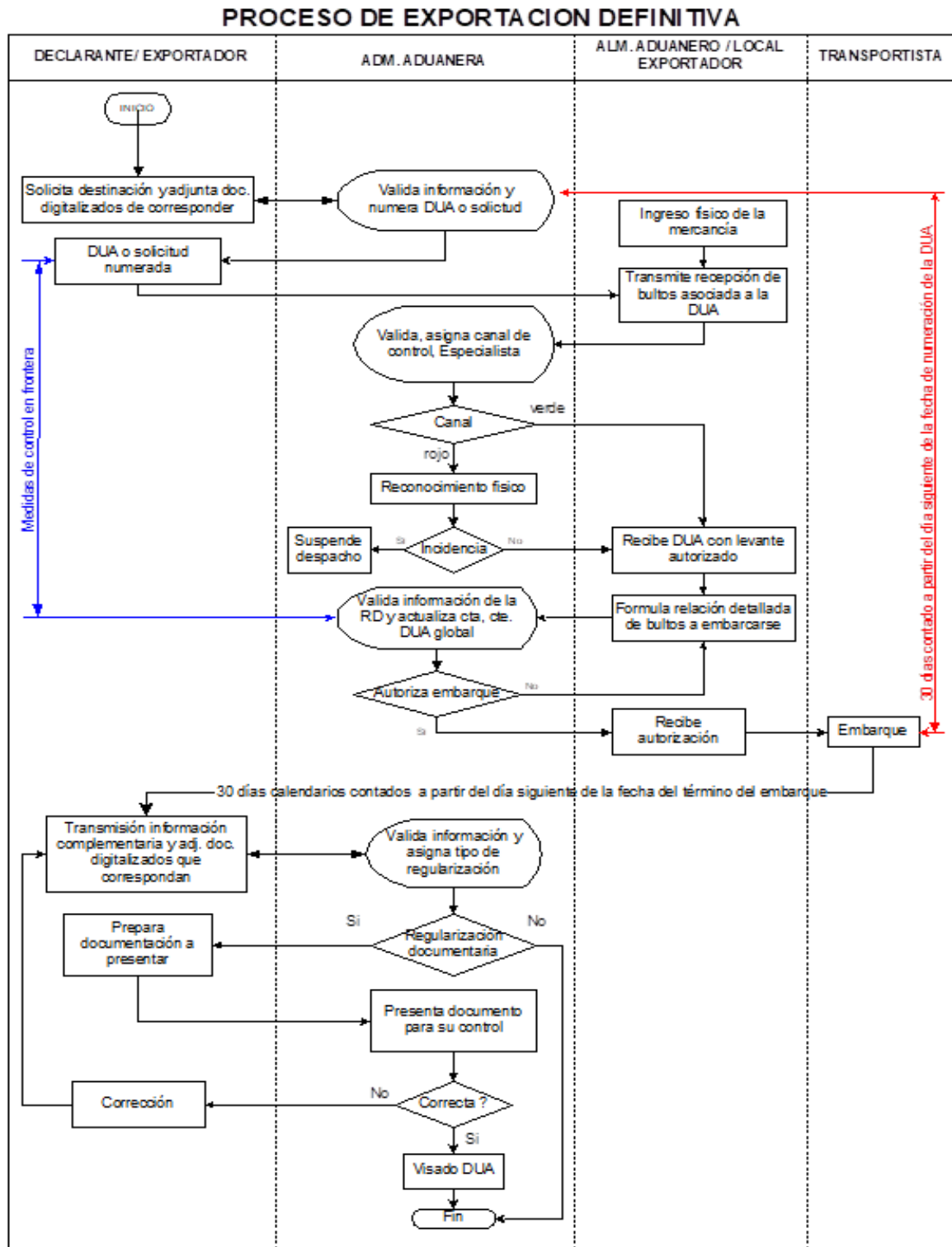
5. Regularización

La Administración Aduanera mediante técnicas de análisis de riesgo determina cuales declaraciones se regularizan:

Con la sola aceptación de la transmisión de la información complementaria y de los documentos digitalizados; con la presentación física de la DUA y documentación que sustentaron la exportación a satisfacción de la Autoridad Aduanera.

5.7.- Gestión de las operaciones de importación/exportación: Flujo grama

Figura N°22: Proceso de exportación definitiva

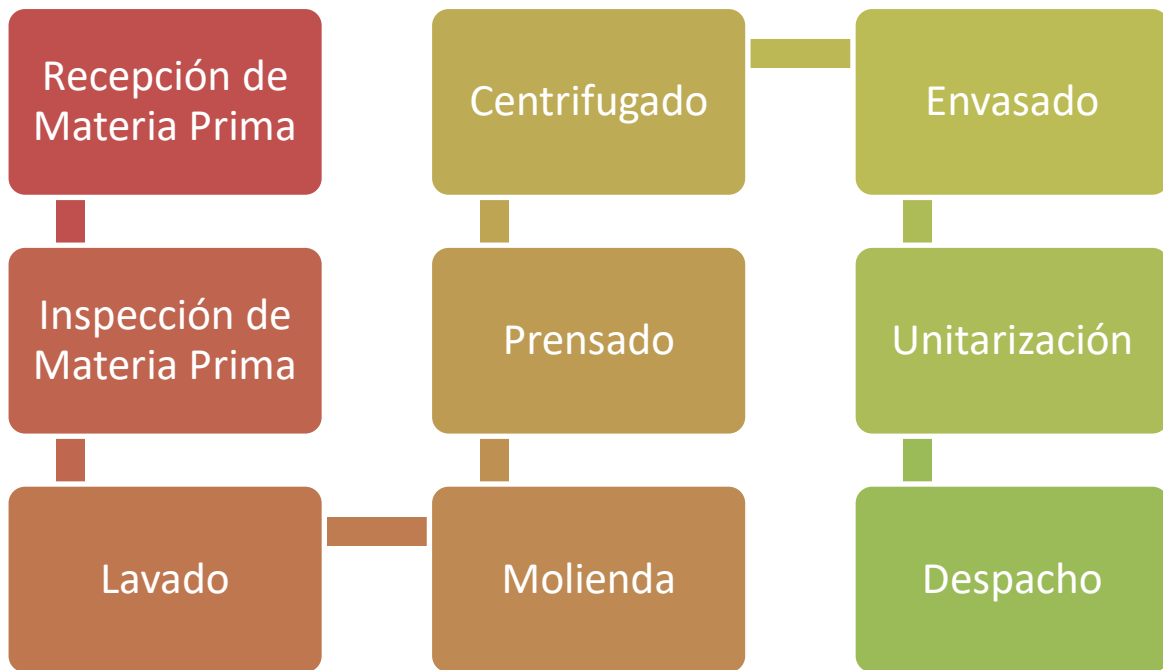


Fuente: SUNAT

5.8.- Gestión de las operaciones de producción del bien o servicio a ejecutar: Flujo Grama.

El proceso de producción como mencionamos anteriormente será tercerizado y se llevará a cabo con BIOOGISTICA S.A.C y presenta el siguiente flujo en la elaboración del aceite de linaza extra virgen.

Figura 23: Proceso de producción del aceite de linaza



Elaboración Propia

6.- PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

6.1 Inversión Fija

6.1.1 Activos tangibles

Los activos tangibles, son aquellos bienes que tienen una existencia física que se utilizan para iniciar las actividades en la oficina central de la empresa LINOIL S.A.C

Figura N°47: Activos Tangibles

INVERSIONES	Ctd.	Valor venta	Valor Total	IGV 18%	TOTAL PEN
Activos tangibles					S/ 16,025.23
Mobiliario					
Escritorio de Oficina	3	296.00	888.00	159.84	1047.84
Silla de Oficina	3	148.00	444.00	79.92	523.92
Estantes	3	444.90	1334.70	240.25	1574.95
Extintor	1	238.00	238.00	42.84	280.84
Equipos					
Laptop	3	2669.00	8007.00	1441.26	9448.26
impresora multifuncional	1	1186.00	1186.00	213.48	1399.48
Impresora Matricial	1	1483.00	1483.00	266.94	1749.94

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se observa la inversión de los activos tangibles que se va a adquirir con el propósito de ser utilizado en las actividades que desarrolla la empresa, indirectamente a las ventas. Está constituido por muebles, enseres y equipos tecnológicos.

6.1.2 Activos intangibles

Tabla N°48 Activos intangibles

Activos Intangibles	Ctd.	Valor venta	Valor Total	IGV 18%	S/ 2,448.43
Constitución de la empresa	1	1038.00	1038.00	186.84	1224.84
Diseño página Web	1	593.00	593.00	106.74	699.74
Defensa civil	1	266.94	266.94	48.05	314.99
Licencia de Funcionamiento	1	118.00	118.00	21.24	139.24
Certificado Digesa	1	59.00	59.00	10.62	69.62

Fuente: Elaboración Propia

6.2. Capital de Trabajo

Tabla N°49:Capital de trabajo

Capital de trabajo					S/ 84,560.97
Costo de producción tercerizado					
Aceite de Linaza	500	40.99	20495.76	3689.24	24185.00
Capsula soft gel	3537	6.53	23080.42	4154.48	27234.90
Cajas de cartón (Incluido en maquila)					
Embalaje (Incluido en maquila)					
Costos de Exportación					
Flete terrestre	1	711.86	711.86	128.14	840.00
Certificado de Origen	1	44.49	44.49	8.01	52.50
Otros documentos	1	53.39	53.39	9.61	63.00
Comisión Ag Aduana	1	2966.10	2966.10	533.90	3500.00
Gestión documentaria	1	593.22	593.22	106.78	700.00
Embarque mercancías LCL	1	682.20	682.20	122.80	805.00
Gastos administrativos	1	118.64	118.64	21.36	140.00
Gastos de estiba y carga	1	192.80	192.80	34.70	227.50
Gasto de Personal					
Gerente General					8750.00
Analista comercial					6300.00
Analista Administrativo					6300.00
Contador (Externo)					400.00
Gastos Fijos					

Servicios (luz, agua, internet y teléfono)	1	312.71	312.71	56.29	1107.00
Gasto de Venta					
Software - Office	3	652.00	1956.00	352.08	2308.08
Dominio Pagina web	1	296.60	296.60	53.39	349.99
Materiales Indirectos					
Recogedor	1	10	10	1.8	11.80
Escoba	1	10	10	1.8	11.80
Jabón Liquido	1	30	30	5.4	106.20
Papel Higiénico	1	30	30	5.4	106.20
Gasto Administrativo					
Útiles de Oficina	1	300	300	54	1062.00

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla anterior se puede observar la inversión del capital de trabajo. Para ello, debemos calcular cuánto es la inversión total que se necesita para hacer frente a los principales egresos operativos de la empresa, hasta que los ingresos puedan cubrir los egresos de los primeros meses.

6.3. Inversión Total

Tabla N°50: Inversión total

INVERSIONES	TOTAL PEN
Activos tangibles	S/ 16,025.23
Intangibles	S/ 2,448.43
Capital de trabajo	S/ 84,560.97
INVERSION TOTAL	S/ 103,034.62

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla anterior se detalla la inversión total que se requiere. Los montos están expresados en soles. El total a invertir para los activos tangibles será S/. / 16,025.23; la inversión para

los activos intangibles será S/2,448.43 y el capital de trabajo S/.84,560.97 En base a la información detallada anteriormente, la inversión total requerida para este proyecto es de S/. 103,034.62. Se puede observar que el mayor porcentaje de dinero está representado por el capital de trabajo con 82.07% del total, asimismo los activos tangibles representan el 15.55% y los activos intangibles el 2.38% del total de la inversión.

6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento

Considerando el monto de la inversión, los accionistas un 40% siendo financiado el 60% restante por la entidad financiera SCOTIABANK, siendo el préstamo por un valor de S/. 62,008.97

Tabla N°51: Financiación del proyecto

INVERSIONES	FINANCIACION	
	PROPIA	TERCEROS
Activos tangibles	16,025.23	
Intangibles	2,448.43	
Capital de trabajo	22,570.70	62,008.97
INVERSION TOTAL	41,044.36	62,008.97

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla anterior se puede observar la estructura del financiamiento de la empresa, que se constituye por el aporte del capital propio de 40%, necesario para poder comercializar el producto; con lo cual se deduce que el 60% que resta será financiado con un préstamo. El aporte de capital propio es de S/. 41,044.36 mientras que el financiado por un préstamo es de S/. 62,008

6.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito

Con el simulador de préstamos del SCOTIABANK se determina las siguientes condiciones. El préstamo es de S/ 3,020.72 para ser pagado en 24 meses, sin periodo de gracia. La cuota mensual por pagar es de S/ 3,020.72

S/ 62,005.18 Monto del préstamo	S/ 3,020.72 Cuota mensual
Tipo Libre Disponibilidad	21.35% TCEA
24 meses Plazo de Financiamiento	
16.00% TEA (Tasa Fija)	
2.1052% Tasa del seguro de desgravamen	
S/ 2,505.18 Monto del seguro de desgravamen	

Fuente: Scotiabank

Tabla N°52: Cronograma de préstamo Scotiabank

Cuota	F. Vencimiento	Días	Amortización	Interés	Comisiones	Cuota	Saldo pendiente
1	18/08/2020	30	2,238.06	771.66	11.00	3,020.72	62,005.18
2	18/09/2020	31	2,265.91	743.81	11.00	3,020.72	59,767.12
3	19/10/2020	31	2,246.09	763.63	11.00	3,020.72	57,501.21
4	18/11/2020	30	2,345.12	664.6	11.00	3,020.72	55,255.12
5	18/12/2020	30	2,329.16	680.56	11.00	3,020.72	52,910.00
6	18/01/2021	31	2,359.12	650.6	11.00	3,020.72	50,580.84
7	18/02/2021	31	2,449.83	559.89	11.00	3,020.72	48,221.72
8	18/03/2021	28	2,420.97	588.75	11.00	3,020.72	45,771.89
9	19/04/2021	32	2,470.21	539.51	11.00	3,020.72	43,350.92
10	18/05/2021	29	2,483.89	525.83	11.00	3,020.72	40,880.71
11	18/06/2021	31	2,531.87	477.85	11.00	3,020.72	38,396.82
12	19/07/2021	31	2,533.42	476.3	11.00	3,020.72	35,864.95
13	18/08/2021	30	2,594.90	414.82	11.00	3,020.72	33,331.53
14	18/09/2021	31	2,627.20	382.52	11.00	3,020.72	30,736.63
15	18/10/2021	30	2,648.16	361.56	11.00	3,020.72	28,109.43
16	18/11/2021	31	2,692.85	316.87	11.00	3,020.72	25,461.27

17	18/12/2021	30	2,716.86	292.86	11.00	3,020.72	22,768.42
18	18/01/2022	31	2,751.80	257.92	11.00	3,020.72	20,051.56
19	18/02/2022	31	2,808.86	200.86	11.00	3,020.72	17,299.76
20	18/03/2022	28	2,823.33	186.39	11.00	3,020.72	14,490.90
21	18/04/2022	31	2,859.64	150.08	11.00	3,020.72	11,667.57
22	18/05/2022	30	2,900.10	109.62	11.00	3,020.72	8,807.93
23	18/06/2022	31	2,936.20	73.52	11.00	3,020.72	5,907.83
24	18/07/2022	30	2,971.63	38.22	11.00	3,020.85	2,971.63
	TOTAL		62,005.18	10,228.23	11.00	72,497.41	0

Fuente: Elaboración Propia

6.6. Presupuesto de costos

El presupuesto de costos se hará base a las cantidades anuales a exportar,

Se proyecta exportar 6 veces en el primer año.

Tabla N°53: Costos Variables

COSTOS VARIABLES

CONCEPTO DE COSTEO	UM	CANTIDAD	COSTO UNIT.	COSTO USD	TC	COSTO TOTAL - PEN	COSTO ANUAL
Costo de Producción tercerizado	Lt	500	13.82	6,910.00	3.50	24,185.00	145,110.00
Costo de Maquilado	Fcs	3537	2.20	7,781.40	3.50	27,234.90	163,409.40
Costos de Exportación	Fcs	3537	0.54	1,908.00	3.50	6,678.00	40,068.00
TOTAL			16.56	16,599.40		58,097.90	348,587.40

Elaboración propia

En la tabla anterior se puede observar los costos variables de la empresa. Los costos variables son aquellos que la empresa debe pagar dependientemente de la producción, es decir que, si hay más producción, los costos variables aumentarán, y viceversa.

COSTOS INDIRECTOS Y GASTOS FIJOS

COSTOS DEL PERSONAL

Tabla N°54 : Costos del personal

CONCEPTO	SUELDO BRUTO	COSTO EMPRESA				TOTAL MENSUAL	Sueldo Anual
		ESSALUD	VACACIONES	CTS	GRATIFICACION		
Gerente General	2,500	225	1,250	1,250	2,500	2,500.	35,000
Analista Comercial	1,800	162	900	900	1,800	1,800	25,200
Analista Administrativo	1,800.	162	900	900	1,800.	1,800	25,200
Contador Externo	400					400	800
						6,500	86,200

Elaboración propia

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Tabla N°55: Gastos Administrativos

CONCEPTO	APLICA IGV	COSTO MENSUAL	IGV	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TOTAL TRIMESTRAL	COSTO TOTAL ANUAL
SERVICIOS PUBLICOS (AGUA, LUZ, TELEFONO, INTERNET)	x	312.71	56.29	369.00	1,107.00	4,428.00
UTILES DE OFICINA	x	300.00	54.00	354.00	1,062.00	4,248.00
DEPRECIACION		28.56		28.56	85.69	342.75
AMORTIZACION		19.42		19.42	58.25	233.01
				770.98	2,312.94	9,251.77

Elaboración propia

GASTOS DE VENTA

Tabla N°56: Gastos de Venta

CONCEPTO	APLICA IGV	COSTO MENSUAL	IGV	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TOTAL ANUAL
HOSTING DE LA PAGINA WEB		296.60	53.39	349.99	349.99
SOFTWARE - OFFICE		1,956.00	352.08	2,308.08	2,308.08
					2,658.07

Elaboración propia

GASTOS FINANCIERO

Tabla N°57: Gastos Financieros

CONCEPTO	APLICA IGV	COSTO MENSUAL	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TOTAL TRIMESTRAL	COSTO TOTAL ANUAL
INTERESES POR PRESTAMOS		771.66	771.66	2,314.98	9259.92
AMORTIZACIÓN POR PRESTAMOS		2,238.06	2,238.06	6,714.18	26856.72
COMISIONES		11	11	33	132
					36,248.64

Elaboración propia

En las tablas anteriores se puede observar los costos fijos de la empresa. Los costos fijos son aquellos que la empresa debe pagar independientemente así haya o no producción.

6.7. Punto de Equilibrio

Tabla N°58: Punto de Equilibrio

PRODUCTO	PRECIO UNITARIO	COSTO VARIABLE UNITARIO	MARGEN DE CONTRIBUCION UNITARIO	COSTO FIJO ANUALES	PUNTO DE EQUILIBRIO
Frascos 125mg	26.80	16.56	10.24	130,546.87	12,753.88

Fuente: Elaboración Propia

Para el cálculo del punto de equilibrio se consideró:

Q = Cantidad en unidades

Pv = Precio de venta por unidad

CVU = Costo variable por unidad

CFT = Costo fijo total

Producción mínima en unidades: $Q = CFT / Pv - Cvu$

$$Q = 130,546.87 / (26.80 - 16.56)$$

$$Q = 12,753.88$$

Para que LINOIL S.A.C no pierda ni gane tiene que vender 12,753.88 unidades.

Se estima que LIONOIL S.A.C exportará en el primer año 6 veces, y cada exportación

contiene 3,537.00 unidades, por lo que se debe exportar 3.61 o en su defecto 4 veces al

año para no ganar ni perder

6.8. Tributación de la exportación

Para la exportación no se pagan impuestos, por lo contrario, se puede acceder a beneficios como el Drawback, saldo a favor del exportador, entre otros.

6.9. Presupuesto de ingresos

Tabla N°59: PROYECCIÓN DE VENTAS PEN

Años	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas	568,649.75	576,895.18	585,144.78	593,395.32	601,643.51
Tasa de Crecimiento	-	1.45%	1.43%	1.41%	1.39%

Fuente: Elaboración Propia

Según la tabla anterior, las ventas son el reflejo de los cinco años proyectados según evaluación. El valor representado por los ingresos por las ventas del primer año es de S/. 568,649.75 el cual se explica así: Se proyecta exportar 6 veces lo que representa 21,222 frascos a comercializar el primer año. A la par se ha evaluado el precio de venta por unidad y este es igual a S/. 26,80 es decir en dólares a un precio FOB \$ 7.66. Luego de estas dos premisas ya podemos conocer nuestra venta del primer año, es decir los S/. 568,649.75 proyectados.

Para los subsiguientes años se calculó un crecimiento de 1.45%, 1.43%, 1.41% y 1.39% respectivamente

6.10 Presupuesto de egresos

Estos costos serán afectados por la inflación del Banco Central de Reserva del Perú.

- Inflación: 2%

Tabla N°60: Presupuesto de Egresos

Concepto	Año 0	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
COSTO DE PRODUCCIÓN TERCERIZADO		145,110.00	148,012.20	150,972.44	153,991.89	157,071.73
COSTO DE MAQUILADO		163,409.40	166,677.59	170,011.14	173,411.36	176,879.59
COSTOS DE EXPORTACIÓN		40,068.00	40,869.36	41,686.75	42,520.48	43,370.89
COSTOS DE PERSONAL		86,200.00	87,924.00	89,682.48	91,476.13	93,305.65
GASTOS ADMINISTRATIVOS		9,251.77	9,436.80	9,625.54	9,818.05	10,014.41
GASTOS DE VENTA		4,966.15	5,065.47	5,166.78	5,270.12	5,375.52
GASTOS FINANCIEROS		48,572.04	48,572.04			
MATERIALES INDIRECTOS		2,832.00	2,888.64	2,946.41	3,005.34	3,065.45
IMPUESTO A LA RENTA		5,686.50	5,800.23	5,916.23	6,034.56	6,155.25
COMPRA DE ACTIVO TANGIBLE	16,025.23					
COMPRA DE ACTIVO INTANGIBLE	2,448.43					
INVERSION CAPITAL DE TRABAJO	84,560.97					

Fuente: Elaboración Propia

6.11. Flujo de caja proyectado

El flujo de caja es un informe financiero de la liquidez de la empresa expresado en ingresos y egresos.

La diferencia de dichos montos será el resultado que muestra el excedente o déficit del flujo.

Tabla N°61: Flujo de Caja Proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COBRANZAS		568,649.75	576,895.18	585,144.78	593,395.32	601,643.51

EGRESOS OPERACIONALES	513,036.25	522,299.55	495,496.48	505,128.35	514,950.07
COSTO DE PRODUCCIÓN					
TERCERIZADO	145,110.00	148,012.20	150,972.44	153,991.89	157,071.73
COSTO DE MAQUILADO	163,409.40	166,677.59	170,011.14	173,411.36	176,879.59
COSTOS DE EXPORTACIÓN	40,068.00	40,869.36	41,686.75	42,520.48	43,370.89
COSTOS DE PERSONAL	86,200.00	87,924.00	89,682.48	91,476.13	93,305.65
GASTOS ADMINISTRATIVOS	9,251.77	9,436.80	9,625.54	9,818.05	10,014.41
GASTOS DE VENTA	2,658.07	2,711.23	2,765.45	2,820.76	2,877.18
GASTOS FINANCIEROS	36,248.64	36,248.77			
MATERIALES INDIRECTOS	2,832.00	2,888.64	2,946.41	3,005.34	3,065.45
IMPUESTO A LA RENTA	27,258.37	27,530.96	27,806.27	28,084.33	28,365.17

FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	0.00	55,613.51	54,595.63	89,648.29	88,266.97	86,693.44
----------------------------------	-------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

COMPRA DE ACTIVO TANGIBLE	16,025.23					
COMPRA DE ACTIVO INTANGIBLE	2,448.43					
INVERSION CAPITAL DE TRABAJO	84,560.97					

FLUJO DE CAJA DE INVERSION	-103,034.62	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
-----------------------------------	--------------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-103,034.62	55,613.51	54,595.63	89,648.29	88,266.97	86,693.44
--------------------------------	--------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

PRESTAMOS BANCARIOS	62005.18					
PAGO PRESTAMO		36,248.64	36,248.77			

FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-61,213.85	19,364.87	18,346.86	89,648.29	88,266.97	86,693.44
---------------------------------	-------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Fuente : Elaboración Propia

6.12. Estado de Ganancias y Pérdida

Tabla N°62: Estado de Ganancias y Perdidas

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

VENTAS	568,649.75	576,895.18	585,144.78	593,395.32	601,643.51
COSTO DE VENTAS	348,587.40	355,559.15	362,670.33	369,923.74	377,322.21
UTILIDAD BRUTA	220,062.35	221,336.03	222,474.45	223,471.58	224,321.30
GASTOS ADMINISTRATIVOS	9,251.77	9,344.29	9,437.73	9,532.11	9,627.43
GASTOS DE VENTA	2,658.07	2,684.65	2,711.50	2,738.61	2,766.00
GASTOS DE PERSONAL	86,200.00	87,062.00	87,932.62	88,811.95	89,700.07
GASTOS DE MATERIALES INDIRECTO	2,832.00	2,888.64	2,946.41	3,005.34	3,065.45
UTILIDAD OPERATIVA	119,120.52	119,356.45	119,446.19	119,383.58	119,162.36
INTERESES	-7,442.99	-2,785.24			
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	111,677.53	116,571.21	119,446.19	119,383.58	119,162.36
IMPUESTO A LA RENTA	32,944.87	34,388.51	35,236.63	35,218.16	35,152.90
UTILIDAD NETA	78,732.66	82,182.71	84,209.56	84,165.42	84,009.47
RENTABILIDAD	14%	14%	14%	14%	14%

Fuente : Elaboración Propia

En la tabla anterior se muestra el estado de ganancias y pérdidas de la empresa LINOIL S.A.C. que da inicio con los ingresos por ventas, que involucra el monto total en soles de las ventas. La utilidad bruta de S/. 220,062.35 en el primer año, esto representa el monto restante para cubrir los costos operativos, financieros y fiscales. Además, los gastos operativos que involucran los gastos de ventas, los gastos fijos, gastos de personal, materiales indirectos, gastos administrativos, depreciación y amortización.

La utilidad operativa de S/. 119,120.52 que resulta en el primer año, representa la utilidad obtenida por vender los productos, deduciendo todos los gastos operativos. Dicho monto no considera los costos financieros ni fiscales. Posterior a ello para la utilidad antes de impuestos, se resta a la utilidad operativa los gastos financieros, que vienen a ser los intereses por el préstamo obtenido con la financiera, obteniendo el monto de S/. 111,677.53. Por último, para la Utilidad Neta se le resta a la utilidad antes de impuesto, la tasa de impuesto a la renta, obteniendo S/. 78,732.66 que viene a ser la utilidad para los accionistas después de haber cumplido con todas las obligaciones.

6.13. Evaluación de la Inversión

6.13.1.- Evaluación Económica

Tabla N°63 : Evaluación Económica

VAN ECONOMICO	S/.133,416.65
TIR ECONOMICO	57.83%
B/C	S/ 1.12

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla anterior, se observa la respectiva evaluación económica de la empresa LINOIL S.AC y con ello se concluimos que el proyecto es rentable, ya que el flujo de efectivo económico cumple con las 3 condiciones para que pueda ser aceptado, dando como resultado VANE igual a S/173,260.09 un TIRE de 83.63 % y un beneficio costo de S/ 1.12

El proyecto cumple con:

- $VAN > 0$ $TIR > COK B/C > 1$

6.13.2. Evaluación Financiera

Tabla N°64 : Evaluación Financiera

VAN FINANCIERO	S/.117,070.08
TASA DE DESCUENTO WACC	15.38%
TIR FINANCIERO	61.46%

Fuente: Elaboración Propia

Según la evaluación económica, se obtuvo S/ 32, 898.67 de Valor Actual Neto financiero (VANF) siendo mayor a 1 el plan se aceptará. Por otro lado, la Tasa Interna de Retorno financiera (TIRF) es de 22.10% mayor a la tasa de descuento 15.38% lo que haría que el plan sea aceptado.

6.13.3. Evaluación social

El presente proyecto de negocio es la comercialización de aceite de linaza al mercado canadiense y al constituirse como una empresa formal brindará a sus colaboradores los beneficios que por ley se les otorga. Además, la empresa contribuirá a mejorar la calidad en los procedimientos para la extracción de la materia prima mediante capacitaciones e implementación de estándares de buenas prácticas requeridos para la exportación de productos.

6.13.4 Impacto ambiental

LINOIL S.A.C buscó proveedores que estén alineados a los objetivos de la empresa y al estilo de vida saludable que quiere promover, en cuanto a la alimentación saludable y a la par al cuidado al medio ambiente, por lo que la extracción de la materia prima se realiza mediante prácticas que garanticen el mínimo impacto ambiental.

6.14.-Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

Tabla N°65:Cálculo del COK

TASA LIBRE DE RIESGO	0.62%
RENTABILIDAD PROMEDIO DEL MERCADO	16.50%
BETA DEL MERCADO	0.81
TASA DE RIESGO PAIS	0.97%
COK	14.5%

Fuente: Elaboración Propia

6.15.-Cuadro de riesgo del tipo de cambio

Este análisis consiste en colocar diferentes escenarios y evaluar el impacto ocasionado en el presupuesto de caja. Por ejemplo, si se diera el caso de una disminución del tipo de cambio, ello llevaría a la consecuencia de un ingreso menos de efectivo para la empresa, por ende, el aumento de costos y gastos. Para la empresa LINOIL S.A.C.

A continuación, se muestra un análisis de sensibilidad en diferentes escenarios al tipo de cambio y cómo afecta al VAN, TIR

Tabla N°66:Cuadro Riesgo Cambiario

CUADRO DE RIESGO TIPO DE CAMBIO		DESVIACION ESTANDAR
	3.401	0.099
	3.5	3.599

	TIPO DE CAMBIO MAS BAJO	TIPO DE CAMBIO ACTUAL ESPERADO	TIPO DE CAMBIO MAS ALTO
VENTAS	552,565.09	568,649.75	584,734.42
UTILIDAD NETA	43,721.12	48,109.48	52,497.84
VAN ECONOMICO	155,656.91	173,260.09	190,863.27
VAN FINANCIERO	15,295.49	32,898.67	50,501.85
TIR ECONOMICA	76.81%	83.63%	90.44%
TIR FINANCIERA	18.52%	22.10%	25.64%

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla anterior se muestra el análisis de sensibilidad del tipo de cambio, y su impacto en los diferentes indicadores, tanto económicos como financieros.

7.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1.- Conclusiones

Sobre la organización y los aspectos legales de la empresa LINOIL S.A.C. será una sociedad anónima cerrada (S.A.C.) ideal para las empresas que recién inician sus operaciones, ya que la transferencia de acciones se realiza de manera privada, los trámites son más fluidos a comparación de otros regímenes.

- Debido al régimen laboral al que la empresa se va a acoger, el personal gozará de limitados beneficios, de acuerdo con ley estarán amparados y se le brindará un ambiente laboral óptimo para incentivar al colaborador y lograr los objetivos.

- Respecto al plan de marketing, LINOIL S.AC. exportará aceite de linaza refinado en capsulas monodosis en el primer año. De acuerdo con la evaluación realizada al mercado

objetivo, seleccionado mediante tabla de ponderación en base a criterios objetivos, la venta del producto será a las empresas de las industrias nutraceuticas de la ciudad de Ontario, teniendo como base el histórico de la demanda del producto, donde se visualiza un crecimiento sostenido durante los últimos 5.

- El presupuesto de marketing sustentará las ventas proyectadas para los próximos 5 años, considerando desde el año 2021 al 2025. Entre las estrategias de promoción se tiene participación en ferias internacionales, e-commerce, página web, y un comisionista en mercado de destino.

- Para llevar a cabo todo el proceso de exportación, la empresa ha decidido realizar maquila de su producto, y para ello cuenta con proveedores estratégicos para realizar exitosamente el proceso logístico.

- Y por último con respecto a la evaluación económica – financiera del proyecto del plan de negocio se llega a la conclusión que éste es viable por los siguientes criterios, una TIR Económica de 57.83% y una TIR Financiera de 61.46% por encima del costo de oportunidad especificado como base. Por otro lado, genera un VAN Económico de S/. 133,416.65y un VAN Financiero de S/.117,070.08. Estos indicadores garantizan una rentabilidad en el presente plan, siendo viable para la incursión en este tipo de negocio y en el mercado de destino seleccionado.

7.2.- Recomendaciones.

Es recomendable también realizar un seguimiento de la evolución de los factores de costos internacionales y sus variaciones puesto que estos pueden afectar el mercado y la viabilidad del proyecto, a través de las variaciones de los costos, siendo importante para la gestión empresarial buscar alternativas de reducción de costos a través de acuerdos y alianzas estratégicas con proveedores que permitan mantener una estabilidad de costos que no afecte mucho con sus variaciones.

Se recomienda participar en ferias internacionales que permitirán el mayor conocimiento de la competencia y poder aprender de la misma. De esta manera se buscará un mejor entendimiento del posicionamiento en el mercado canadiense

ANEXO 1:

CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Por medio del presente se hace constar, que se suscribe por triplicado con igual tenor y valor, el Contrato de Compra Venta que celebran LINOIL SAC, empresa constituida bajo las leyes de Perú, inscrita en la ficha 1940493 en el Registro de Empresas, señalando domicilio para efectos del presente contrato en Jr Wanchuy 222 - Distrito de San Juan de Lurigancho, debidamente representada por el Sr. Gerson Esteban Escobar Reyes, identificado con DNI N° 72439715 (a quien en adelante se le denominará “La Vendedor”); y, de la otra parte, ECOIDEAS INNOVATIONS INC., señalando domicilio para efectos del presente contrato en 630 Newpark Blvd, Newmarket, Ontario Canadá, a quien en adelante se le denominará “El Comprador”, en los términos y condiciones siguientes:

GENERALIDADES

CLAUSULA PRIMERA:

- 1.1. Las presentes Condiciones Generales se acuerdan en la medida de ser aplicadas conjuntamente como parte de un Contrato de Compraventa Internacional entre las dos partes aquí nominadas.

En caso de discrepancia entre las presentes Condiciones Generales y cualquier otra condición Específica que se acuerde por las partes en el futuro, prevalecerán las condiciones específicas.

- 1.2. Cualquier situación en relación con este contrato que no haya sido expresa o implícitamente acordada en su contenido, deberá ser gobernada por:
 - a) La Convención de las Naciones Unidas sobre la Compraventa Internacional de Productos (Convención de Viena de 1980, en adelante referida como CISG, por sus siglas en Ingles) y,

- b) En aquellas situaciones no cubiertas por la CISG, se tomará como referencia la ley del País donde el Vendedor tiene su lugar usual de negocios.
- 1.3. Cualquier referencia que se haga a términos del comercio (Como FOB, CIF, EXW, FCA, etc.) estará entendida en relación con los llamados Incoterms, publicados por la Cámara de Comercio Internacional.
- 1.4. Cualquier referencia que se haga a la publicación de la Cámara de Comercio Internacional, se entenderá como hecha a su versión actual al momento de la conclusión del contrato.
- 1.5. Ninguna modificación hecha a este contrato se considerará válida sin el acuerdo por escrito entre las Partes.

CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

CLAUSULA SEGUNDA:

- 2.1. Es acordado por las Partes que **EL VENDEDOR** venderá los siguientes productos: Aceite de linaza extra virgen , y **EL COMPRADOR** pagará el precio de dichos productos de conformidad con lo acordado
- 2.2. También es acordado que cualquier información relativa a los productos descritos anteriormente referente al uso, peso, dimensiones, ilustraciones, no tendrán efectos como parte del contrato a menos que esté debidamente mencionado en el contrato.

PLAZO DE ENTREGA

CLAUSULA TERCERA:

EL VENDEDOR se compromete a realizar la entrega de periodo de 30. días luego de recibidas las ordenes de compra debidamente firmadas por el comprador.

PRECIO

CLAUSULA CUARTA:

Las Partes acuerdan el precio de USD 21,575.70 por el envío de los productos de conformidad con la carta oferta recibida por el comprador, la cual tiene vigencia de 30 día desde la emisión.

A menos que se mencione de otra forma por escrito, los precios no incluyen impuestos, aranceles, costos de transporte o cualquier otro impuesto.

El precio ofrecido con mayor frecuencia es sobre la base del Incoterms FOB ("Free on Board") por vía marítima.

CONDICIONES DE PAGO

CLAUSULA QUINTA:

Las Partes han acordado que el pago del precio o de cualquier otra suma adecuada por **EL COMPRADOR** a **EI VENDEDOR** deberá realizarse por pago adelantado equivalente al CUARENTA PORCIENTO (40 %) y el restante SESENTA PORCIENTO (60 %) en la fecha de embarque.

Las cantidades adeudadas serán acreditadas, salvo otra condición acordada, por medio de transferencia electrónica a la cuenta del Banco del Vendedor en su país de origen, y **EL COMPRADOR** considerara haber cumplido con sus obligaciones de pago cuando las sumas adecuadas hayan sido recibidas por el Banco de **EL VENDEDOR** y este tenga acceso inmediato a dichos fondos.

INTERES EN CASO DE PAGO RETRASADO

CLAUSULA SEXTA:

Si una de las Partes no paga las sumas de dinero en la fecha acordada, la otra Parte tendrá derecho a intereses sobre la suma por el tiempo que debió ocurrir el pago y el tiempo en que efectivamente se pague, equivalente al UNO POR CIENTO (1 %) por cada día de retraso, hasta un máximo por cargo de retraso de QUINCE PORCIENTO (15 %) del total de este contrato.

RETENCION DE DOCUMENTOS

CLAUSULA SEPTIMA:

Las Partes han acordado que los productos deberán mantenerse como propiedad de **EL VENDEDOR** hasta que se haya completado el pago del precio por parte de **EL COMPRADOR**.

TERMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA

CLAUSULA OCTAVA:

Las partes deberán incluir el tipo de INCOTERMS acordado: FOB

Señalando con detalle algunos aspectos que se deba dejar claro, o que decida enfatizar.

Aunque las condiciones de INCOTERMS son claras, es recomendable discutir y aclarar estos detalles, ya que puede haber desconocimiento de una de las partes.

RETRASO DE ENVIOS

CLAUSULA NOVENA:

EL COMPRADOR tendrá derecho a reclamar a **EL VENDEDOR** el pago de daños equivalente al 0,5 % del precio de los productos por cada semana de retraso, a menos que se comuniquen las causas de fuerza mayor por parte del **EL VENDEDOR** a **EL COMPRADOR**.

INCONFORMIDAD CON LOS PRODUCTOS

CLAUSULA DECIMA:

EL COMPRADOR examinará los productos tan pronto como le sea posible luego de llegados a su destino y deberá notificar por escrito a **EL VENDEDOR** cualquier inconformidad con los productos dentro de 15 días desde la fecha en que **EL COMPRADOR** descubra dicha inconformidad y deberá probar a **EL VENDEDOR** que dicha inconformidad con los productos es la sola responsabilidad de **EL VENDEDOR**.

En cualquier caso, **EL COMPRADOR** no recibirá ninguna compensación por dicha inconformidad, si falla en comunicar al **EL VENDEDOR** dicha situación dentro de los 45 días contados desde el día de llegada de los productos al destino acordado.

Los productos se recibirán de conformidad con el Contrato a pesar de discrepancias menores que sean usuales en el comercio del producto en particular.

Si dicha inconformidad es notificada por **EL COMPRADOR**, **EL VENDEDOR** deberá tener las siguientes opciones:

- a). Reemplazar los productos por productos sin daños, sin ningún costo adicional para el comprador; o.
- b). Reintegrar a **EL COMPRADOR** el precio pagado por los productos sujetos a inconformidad.

COOPERACIÓN ENTRE LAS PARTES

CLAUSULA DECIMO PRIMERA:

EL COMPRADOR deberá informar inmediatamente a **EL VENDEDOR** de cualquier reclamo realizado contra **EL COMPRADOR** de parte de los clientes o de terceras partes en relación

con los productos enviados o sobre los derechos de propiedad intelectual relacionado con estos.

EL VENDEDOR deberá informar inmediatamente a **EL COMPRADOR** de cualquier reclamo que pueda involucrar la responsabilidad de los productos por parte de **EL COMPRADOR**.

CASO FORTUITO DE FUERZA MAYOR

CLAUSULA DECIMO SEGUNDA:

No se aplicará ningún cargo por terminación ni a **EL VENDEDOR** ni a **EL COMPRADOR**, ni tampoco ninguna de las partes será responsable, si el presente acuerdo se ve forzado a cancelarse debido a circunstancias que razonablemente se consideren fuera de control de una de las partes.

La parte afectada por tales circunstancias deberá notificar inmediatamente a la otra parte.

RESOLUCIÓN DE CONTROVERCIAS

CLAUSULA DECIMO TERCERA:

Todas las partes se someten a la decisión inapelable de un Tribunal Arbitral, en caso exista controversia o desacuerdo entre las partes que se derive de la interpretación o ejecución del presente acuerdo. Dicho tribunal estará compuesto por tres miembros, uno de los cuales será nombrado por cada una de las partes y el tercero será designado por los árbitros así nombrados. Si no existiera acuerdo sobre la designación de este tercer árbitro o si cualquiera de las partes no designase al suyo dentro de los diez días de ser requerida por la otra parte, el nombramiento correspondiente será efectuado por la Cámara de Comercio de Lima. El arbitraje será de derecho y se sujetará a las normas de procedimiento establecidas por el Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Lima. 113 Cualquier divergencia derivada o relacionada con el presente contrato se resolverá definitivamente con el Reglamento de Conciliación y Arbitraje de la 81 Cámara de Comercio Internacional por uno o más árbitros nombrados conforme a este Reglamento. Toda cuestión relacionada con el presente contrato que no esté expresa o tácitamente establecida por las disposiciones de este Contrato se regirá por los principios legales generales reconocidos en comercio internacional, con exclusión de las leyes nacionales.

ENCABEZADOS

CLAUSULA DECIMO CUARTA:

Los encabezados que contiene este acuerdo se usan solamente como referencia y no deberán afectar la interpretación del mismo.

NOTIFICACIONES

CLAUSULA DECIMO QUINTA:

Todas las notificaciones realizadas en base al presente acuerdo deberán constar por escrito y ser debidamente entregadas por correo certificado, con acuse de recibo, a la dirección de la otra parte mencionada anteriormente o a cualquier otra dirección que la parte haya, de igual forma, designado por escrito a la otra parte.

ACUERDO INTEGRAL

CLAUSULA DECIMO SEXTA:

Este acuerdo constituye el entendimiento integral entre las partes.

No deberá realizarse cambios o modificaciones de cualquiera de los términos de este contrato a menos que sea modificado por escrito y firmado por ambas Partes.

En señal de conformidad con todos los acuerdos pactados en el presente contrato, las partes suscriben este documento en la ciudad de, a los Días del mes de 2012.

.....
LINOIL S.A.C

.....
Ecoideas Innovations INC

REFERENCIAS

Orgánicos, frescos y saludables, son la nueva tendencia en alimentación (viernes, 6 de marzo 2015).La Republica. Recuperado de <https://www.larepublica.co/consumo/organicos-frescos-y-saludables-son-la-nueva-tendencia-en-alimentacion-2228396>

Sevilla, A (SF) Ventaja Competitiva Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/ventaja-competitiva.html>

<https://www.diariodelexportador.com/2017/10/las-ventajas-de-participar-en-una-feria.html>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2009). Guía de envases y embalajes. guía de envases y embalajes, 1ra edición, 8. <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/188937685rad66DEB.pdf>

Rayport, J (2003) . e-commerce. Mexico D.F Mexico : McGrawl Hill Recuperado de

https://play.google.com/books/reader?id=xwdbBAAAQBAJ&hl=es_419&pg=GBS.PT42

<https://otraempresa.com/incoterms/fob/>

Fuente Siicex (2014) : Recuperado de :

<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/capacitacion/2014->

[15Exportacion%20definitiva%20-SUNAT4.pdf](http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/capacitacion/2014-15Exportacion%20definitiva%20-SUNAT4.pdf)

<https://www.infrontanalytics.com/fe-ES/30140NC/Royal-Bank-of-Canada/beta>

MINTRA. (20 de marzo de 2017). Ministerio de trabajo y promoción del empleo. Obtenido de

<http://www2.trabajo.gob.pe/estadisticas/anuarioestadisticos/>

ministerio del trabajo, y. d. (20 de marzo de 2017). Ministerio de trabajo y promoción del empleo.

Obtenido de <http://www2.trabajo.gob.pe/estadisticas/anuarios-estadisticos/>

INDECOPI. (2013). guia rotulado. En Indecopi. Lims, Peru. Obtenido de

https://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/143803/guia_rotulado_2013.pdf

INDECOPI. (01 de Junio de 2018). www.indecopi.gob.pe. Obtenido de Registro de Marca y Otros

Signos: <https://www.indecopi.gob.pe/web/signosdistintivos/registro-de-marca-y-otros->

[signos#nombre](https://www.indecopi.gob.pe/web/signosdistintivos/registro-de-marca-y-otros-signos#nombre)

Fondo Monetario Internacional, I. (2017). Perspectivas de la Economía Mundial Octubre - 2017.

Fondo Monetario Internacional. Obtenido de

<http://www.imf.org/es/Publications/WEO/Issues/2017/09/19/worldeconomic-outlook-october-2017>