



idat

INSTITUTO DE EDUCACION SUPERIOR PRIVADO

“IDAT”

ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**PLAN DE EXPORTACIÓN DE JABÓN ARTESANAL EN BARRA A
BASE DE SACHA INCHI AL MERCADO DE SANTIAGO DE CHILE**

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título Profesional Técnico en
Administración de Negocios Internacionales**

KENYI JAIR VASQUEZ SANDOVAL

(0009-0004-7613-9807)

SALLY DAYANNE BERNAOLA CHIRINOS

(0009-0002-4229-8338)

Lima – Perú

2025

A mis padres, por su persistencia callada, su esfuerzo sin fin y su amor que jamás pidió nada a cambio, quienes me enseñaron que la grandeza radica en ser fiel a uno mismo, no en buscar elogios, y que el compromiso se prueba con acciones, no con palabras. Me formaron con principios, no con excusas; con disciplina, no con discursos. Me enseñaron a resistir sin quejarme, a trabajar sin descanso y a avanzar sin temor. Este trabajo es el resultado de todos esos días en los que decidí seguir adelante, incluso cuando nadie me veía. Como escribió Marco Aurelio: “Al despertarte por la mañana, pregúntate: ¿qué debo hacer hoy? No qué espero recibir.” Que esta victoria sea solo una más en el camino, no la última.

Kenyi Jair Vasquez Sandoval

A mi hijo, mi mayor motivación y razón de ser. Este proyecto es también para ti, porque todo lo hago con todo mi amor pensando en tu futuro.

Sally Dayanne Bernaola Chirinos

Índice General

Resumen Ejecutivo.....	11
Introducción.....	12
Capítulo I: Propuesta de Negocio Internacional	15
Inteligencia Comercial.....	15
<i>Tendencias por sector cosmética e higiene.....</i>	<i>15</i>
<i>Volúmenes de compra.....</i>	<i>21</i>
<i>Estadística de exportaciones.....</i>	<i>24</i>
Propuesta de Negocios Internacional.....	27
<i>Producto para exportar</i>	<i>27</i>
<i>Ficha comercial</i>	<i>30</i>
<i>Justificación de la Elección del Nombre "Mayu".....</i>	<i>31</i>
<i>Oportunidades Comerciales y Proyección</i>	<i>32</i>
<i>Ventajas competitivas del producto.....</i>	<i>33</i>
Constitución de la Empresa.....	35
<i>Búsqueda y reserva de la razón social</i>	<i>36</i>
<i>Elaboración del acto constitutivo</i>	<i>37</i>
<i>Aporte de capital y bienes.....</i>	<i>38</i>
<i>Elaboración de la escritura pública</i>	<i>39</i>
<i>Inscripción en los Registros Públicos.....</i>	<i>40</i>
<i>Inscripción en el RUC.....</i>	<i>41</i>
<i>Tramitar la clave SOL</i>	<i>42</i>
<i>Elección del régimen tributario.....</i>	<i>43</i>
<i>Formalización de los libros societarios y contables.....</i>	<i>44</i>
<i>Obtención de licencia de funcionamiento.....</i>	<i>45</i>
<i>Registro de Marca Comercial.....</i>	<i>46</i>
Obtención de Permisos Especiales	48
<i>Notificación Sanitaria Obligatoria (NSO) en Perú.....</i>	<i>48</i>
Capítulo II: Plan Estratégico, Análisis de Producto y Mercado Internacional	50
Plan Estratégico	50
<i>Misión y visión.....</i>	<i>50</i>

<i>Valores empresariales</i>	51
<i>Objetivos estratégicos</i>	52
<i>Matriz FODA</i>	55
<i>Matriz CAME</i>	57
<i>Estrategias de internacionalización</i>	58
Análisis de Producto.....	63
<i>Oferta exportable</i>	63
<i>Ficha técnica</i>	71
<i>Partida arancelaria</i>	73
Análisis del Mercado Internacional.....	74
<i>Principales países exportadores según valor FOB</i>	81
<i>Principales países exportadores según volumen</i>	83
<i>Principales países importadores a nivel mundial</i>	84
<i>Evolución de los precios internacionales</i>	85
Capítulo III: Gestión Exportadora	86
Plan de Operaciones.....	86
<i>Proceso productivo</i>	86
<i>Envases y embalajes</i>	100
<i>Proceso logístico</i>	106
Operaciones para el Comercio Internacional.....	113
<i>Modo de transporte</i>	114
<i>Incoterm</i>	115
<i>Agentes intervinientes</i>	117
<i>Normas y requerimientos internacionales de empaque y embalaje</i>	121
<i>Documentación</i>	124
Estructura de Costos de Exportación.....	127
<i>Costos de producción</i>	127
<i>Costos de exportación</i>	132
Forma de Pago Internacional.....	133
<i>Carta de crédito</i>	133
Capítulo IV: Plan Financiero	137
Inversión y Financiamiento.....	137

Inversión Fija.....	137
Financiamiento.	141
Presupuesto	146
<i>Presupuesto de ingresos y egresos</i>	146
<i>Cálculo de costos</i>	150
<i>Punto de equilibrio</i>	151
<i>Flujo de caja proyectado a 5 años</i>	152
Cálculo del Costo Promedio Ponderado de Capital.....	155
Resultados Económicos Financieros	155
<i>Estado de resultado con D&A e Intereses</i>	155
<i>Flujo de caja proyectado</i>	156
<i>Resumen de tasas y valoración (COK, WACC, VAN, TIR)</i>	164
<i>Estado de situación financiera proyectado</i>	167
Planes de Contingencia.....	168
Conclusiones y Recomendaciones	171
Referencias Bibliográficas	174
Anexos	194

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Las empresas que lideran la cosmética natural en Perú (2024)</i>	17
Tabla 2 <i>Población por sexo en Chile (2024)</i>	21
Tabla 3 <i>Exportaciones por mercado de la partida 3401.11.00.00</i>	22
Tabla 4 <i>Principales países exportadores hacia Chile en 2020 y 2024</i>	24
Tabla 5 <i>Exportaciones por país partida 3401.11.00.00 (USD)</i>	25
Tabla 6 <i>Principales empresas exportadoras de la partida 3401.11.00.00</i>	26
Tabla 7 <i>Matriz CAME</i>	58
Tabla 8 <i>Nomenclatura arancelaria de la partida 3401.11</i>	73
Tabla 9 <i>Comparativa de mercado objetivo</i>	74
Tabla 10 <i>Indicadores de consumo de belleza y cuidado personal de Chile</i>	75
Tabla 11 <i>Cantidad de población por región</i>	76
Tabla 12 <i>VARIABLES del consumidor chileno</i>	79
Tabla 13 <i>Barreras arancelarias para la partida 3401.11</i>	80
Tabla 14 <i>Principales países exportadores según valor FOB</i>	82
Tabla 15 <i>Principales países exportadores según volumen de la partida 3401.11</i>	84
Tabla 16 <i>Principales países importadores a nivel mundial para la partida 3401.11.00.00</i>	84
Tabla 17 <i>Evolución de los precios internacionales (2020-2024)</i>	85
Tabla 18 <i>Proceso productivo del jabón "Mayu"</i>	87
Tabla 19 <i>Comparativa de proveedores de aceite de Sacha Inchi</i>	91
Tabla 20 <i>Comparativa de proveedores de maquila de jabón</i>	93
Tabla 21 <i>Precio de maquila de jabón</i>	94
Tabla 22 <i>Comparativa de proveedores de envase primario</i>	95
Tabla 23 <i>Comparativa de proveedores de transporte</i>	96

Tabla 24 <i>Materia prima para la producción de jabón de sachá inchi</i>	99
Tabla 25 <i>Lista de insumos y proveedores</i>	100
Tabla 26 <i>Contenido del envase primario</i>	102
Tabla 27 <i>Contenido del embalaje secundario</i>	104
Tabla 28 <i>Medidas de la caja y paletización</i>	111
Tabla 29 <i>Requisitos de envase y etiquetado del jabón Mayu para su ingreso a Chile</i>	122
Tabla 30 <i>Costos de materia prima de la producción del jabón</i>	128
Tabla 31 <i>Costos de materiales directos de fabricación</i>	128
Tabla 32 <i>Mano de obra directa</i>	129
Tabla 33 <i>Costos indirectos de fabricación (CIF)</i>	129
Tabla 34 <i>Gastos de personal administrativo</i>	130
Tabla 35 <i>Gastos administrativos fijos</i>	130
Tabla 36 <i>Costos de producción de KENSAL NATURAL S.A.C.</i>	131
Tabla 37 <i>Costos de exportación y producción de KENSAL NATURAL S.A.C</i>	132
Tabla 38 <i>Precio total del jabón MAYU</i>	133
Tabla 39 <i>Comisiones de carta de crédito del banco BBVA</i>	136
Tabla 40 <i>Activos Tangibles de KENSAL NATURAL S.A.C.</i>	137
Tabla 41 <i>Activos Intangibles de KENSAL NATURAL S.A.C.</i>	138
Tabla 42 <i>Depreciación de KENSAL NATURAL S.A.C.</i>	139
Tabla 43 <i>Capital de Trabajo de KENSAL NATURAL S.A.C.</i>	140
Tabla 44 <i>Distribución de la inversión de KENSAL NATURAL S.A.C.</i>	141
Tabla 45 <i>Estructura de capital de KENSAL NATURAL S.A.C.</i>	141
Tabla 46 <i>Resumen del préstamo al banco BBVA</i>	142

Tabla 47 <i>Cronograma de pagos al BBVA</i>	143
Tabla 48 <i>SFMB de los Costos Operativos</i>	145
Tabla 49 <i>SFMB de los Costos Logísticos</i>	146
Tabla 50 <i>SFMB Total de inversión en Activos Tangibles e Intangibles</i>	146
Tabla 51 <i>Ingresos y egresos de KENSAL NATURAL S.A.C AÑO 1</i>	148
Tabla 52 <i>Presupuesto de ingresos - egresos del año 1 al año 5</i>	149
Tabla 53 <i>Cálculo de precio de venta del jabón MAYU</i>	150
Tabla 54 <i>Cálculo del punto de equilibrio</i>	151
Tabla 55 <i>Cuadro de estimación de inflación por año</i>	153
Tabla 56 <i>Flujo mensual del año 1 al año 5 de operaciones de KENSAL NATURAL S.A.C.</i>	154
Tabla 57 <i>Resumen del flujo proyectado del año 1 al año 5</i>	155
Tabla 58 <i>Estado de Resultados de KENSAL NATURAL S.A.C</i>	156
Tabla 59 <i>Capital de Trabajo neto que alimenta el FCFE</i>	158
Tabla 60 <i>Flujo del Proyecto (FCFF)</i>	159
Tabla 61 <i>Flujo del Accionista (FCFE)</i>	162
Tabla 62 <i>Flujo de caja directo de KENSAL NATURAL S.A.C.</i>	164
Tabla 63 <i>Cálculos de tasas y valoración del proyecto</i>	165
Tabla 64 <i>Estado de situación financiera de KENSAL NATURAL S.A.C.</i>	167

Índice de Figuras

Figura 1 <i>Proyecciones de ventas internacionales de cosméticos por categoría (2025-2028)</i>	16
Figura 2 <i>Principales mercados de exportaciones peruanas de insumos para cosmética</i>	18
Figura 3 <i>Categorías líderes en ventas dentro del mercado cosmético chileno</i>	19
Figura 4 <i>Exportaciones por mercado de la partida 3401.11.00.00 en valor FOB</i>	23
Figura 5 <i>Volumen de compra de la partida 3401.11.00.00 en TM</i>	25
Figura 6 <i>Presentación del jabón Mayu con su empaque biodegradable</i>	29
Figura 7 <i>Ficha comercial del producto</i>	30
Figura 8 <i>Matriz FODA</i>	56
Figura 9 <i>Diseño del empaque del jabón "MAYU"</i>	64
Figura 10 <i>Diseño de página web del jabón MAYU</i>	67
Figura 11 <i>Flyer con información del jabón "MAYU"</i>	69
Figura 12 <i>Análisis de competencia de jabones naturales en el mercado chileno</i>	71
Figura 13 <i>Ficha técnica de "MAYU"</i>	72
Figura 14 <i>Cantidad de población por sexo</i>	77
Figura 15 <i>Cantidad de población por grupos de edad</i>	78
Figura 16 <i>Exportaciones e importaciones en los últimos 5 años de la partida 3401.11</i>	81
Figura 17 <i>Precios unitarios por kilogramo de los países exportadores según valor FOB</i>	83
Figura 18 <i>Flujo del proceso productivo del producto</i>	89
Figura 19 <i>Presentación de bidón de aceite de sacha inchi de 20 litros</i>	91
Figura 20 <i>Página web de la empresa Kumara Food E.I.R.L</i>	92
Figura 21 <i>Página web del proveedor de maquila SMASAC</i>	94
Figura 22 <i>Página web del proveedor de glicerina "NATUWASI"</i>	97
Figura 23 <i>Página web del proveedor de Vitamina E Insuquimica S.A.C.</i>	98

Figura 24 <i>Jabon con y sin envase primario</i>	101
Figura 25 <i>Envase primario con etiquetado frontal y posterior</i>	103
Figura 26 <i>Embalaje secundario del producto</i>	104
Figura 27 <i>Embalaje secundario del producto (Caja Máster)</i>	105
Figura 28 <i>Pictogramas de la caja de exportación</i>	106
Figura 29 <i>Proceso de exportación definitiva SUNAT</i>	107
Figura 30 <i>Simulación de paletización del jabón Mayu</i>	112
Figura 31 <i>Ruta marítima Perú – Chile</i>	115
Figura 32 <i>Incoterms 2020</i>	116
Figura 33 <i>Matriz de Roles y Responsabilidades de los Agentes de Exportación</i>	118
Figura 34 <i>Marca del pallet de KENSAL NATURAL S.A.C. por SENASA</i>	124
Figura 35 <i>Información de carta de crédito banco BBVA</i>	134
Figura 36 <i>Punto de equilibrio grafico del jabón MAYU</i>	152

Resumen Ejecutivo

El proyecto propone la fundación de KENSAL NATURAL S.A.C., una empresa peruana dedicada a la comercialización de Mayu, un jabón natural formulado con aceite de Sacha Inchi y enriquecido con vitamina E. Esta iniciativa responde al creciente interés global por productos de cuidado personal que prioricen la sostenibilidad, la naturalidad y la ausencia de químicos. Con el mercado chileno como punto de partida, el proyecto busca posicionar a KENSAL NATURAL S.A.C. como un referente en la industria de cosméticos éticos. Mayu, está echo con uno de los mejores ingredientes provenientes de la diversidad Amazónica del país, y es muy importante destacar que es 100% libre de crueldad animal y su envase biodegradable. Estas cualidades están alineadas con lo que busca el consumidor actual, dándole la mayor ventaja sobre otras opciones en el mercado. Tras analizar el mercado, se vio que Chile se presenta como un destino estratégico para iniciar la exportación. Principalmente por su cercanía geográfica, su cultura similar a la peruana y un notorio interés del público por las nuevas tendencias y los productos del tipo orgánico. Por lo cual Mayu está enfocado en mujeres de 18 a 45 años, pertenecientes a un nivel socioeconómico medio y alto. La operación combina proveedores de Lima vinculados a productores amazónicos y una logística optimizada gracias al ALC Perú-Chile. Financieramente, según la proyección quinquenal, se prevé producir 910,000 unidades de jabones orgánicos, destacando la biodiversidad peruana con un impacto positivo.

Palabras clave: Jabón Sacha Inchi; Sostenibilidad; Cosmética natural; Libre de crueldad animal