



**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA
PRIVADA “ZEGEL IPAE”**

Programa de Estudios en Administración de Negocios

PLAN DE NEGOCIO: AGROCHAMBA S.R.L.

**Proyecto de innovación Empresarial para optar el Grado Académico de Bachiller en
Administración de Negocios**

JAVIER ALEJANDRO CABALLERO VASCONCELOS	IC0300025
GONZALO ALEJANDRO SANCHEZ NEYRA	IC0500109
MARÍA PÍA ZAPATA VILCA	IC0802179

Ica – Perú

2020

A mis padres

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de innovación tiene por propósito disminuir la informalidad, el costo de gestión de personal y la elevada rotación del recurso humano en las empresas productoras del sector agrario de la ciudad de Ica mediante los servicios de búsqueda, captación, capacitación y colocación de personal obrero que brinda “AGROCHAMBA S.R.L.; el proyecto se enmarca en la línea de investigación e innovación de desarrollo de modelos de negocio de triple impacto y atiende a las necesidades del sector industrias manufactureras.

Luego de realizar un profundo estudio de la situación actual de la provincia de Ica en el sector agrario, podemos concluir que se tiene un alto grado de informalidad, un elevado costo de gestión de personal y una rotación elevada del mismo, lo cual complica y recarga la labor del área de recursos humanos, también podemos concluir que las empresas agrarias están de acuerdo con el precio propuesto, se ofrecen dos planes diferenciados para que nuestros futuros clientes puedan elegir el que mejor se acomode a sus necesidades, además de que consideran nuestra empresa como necesaria para el correcto desarrollo de sus actividades, ya que disminuirían sus costos porque contarían con un personal ya capacitado. El desarrollo del proyecto nos muestra una alta posibilidad de crecimiento, encontrando en Ica provincia con una elevada demanda en el sector agrario, además de poder expandir nuestro servicio en el resto de la región. AGROCHAMBA S.R.L., buscará ser la primera empresa de servicios de captación de personal con una plataforma virtual en el mercado iqueño orientada a satisfacer una creciente demanda, para ello utilizaremos las estrategias planteadas en el siguiente proyecto.

Por último, según lo analizado y detallado en el plan económico financiero se evidencia que el modelo de negocio planteado por el proyecto es viable y rentable.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO.....	3
INTRODUCCIÓN.....	13
CAPITULO I IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD.....	15
1.1. Descripción de la oportunidad	15
1.2. Elaboración del modelo de negocio.....	16
1.3. Análisis de la oportunidad	17
CAPÍTULO II SENSIBILIZACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO	21
2.1 Análisis del microentorno (clientes, competidores, proveedores, intermediarios, productos sustitutos)	21
2.2 Análisis del macroentorno (factores: económico, cultural y social, político, geográfico–demográfico y tecnológico).....	25
CAPÍTULO III PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO.....	34
3.1. Misión:	34
3.2. Visión:	34
3.3. Valores:	34
3.4. Objetivos estratégicos generales:	35
3.5. Matriz FODA:	35
3.6. Estrategia Genérica de Porter:	39
3.7. Cronograma de Actividades (Diagrama de GANTT):.....	40
CAPÍTULO IV ESTUDIO DE MERCADO.....	42
4.1. Oferta:	42
4.2. Demanda:	43

CAPÍTULO V PLAN DE COMERCIALIZACIÓN.....	66
5.1. Mercado	66
5.2. Marketing Mix	67
5.3. Formulación Estratégica ANSOFF:.....	73
5.4. Proyección de Ventas:.....	74
CAPÍTULO VI PLAN TÉCNICO	76
6.1. Localización de la empresa (Matriz de Focalización):	76
6.2. Tamaño del Negocio (Layout):	76
6.3. Necesidades:	78
6.4. Costos directos e indirectos:.....	80
6.5. Proceso de producción u operación (Diagrama de flujo):	81
6.6. Certificaciones necesarias:	84
6.7. Impacto en el medio ambiente:	84
CAPÍTULO VII PLAN ORGANIZACIONAL DE PERSONAL Y LEGAL.....	86
7.1. Constitución de la Empresa:.....	86
7.2. Obligaciones Tributarias y Laborales:.....	88
7.3. Estructura Organizacional:	90
7.4. Descripción de Funciones:	91
CAPÍTULO VIII PLAN ECONÓMICO - FINANCIERO	94
8.1. Inversiones:.....	94
8.2. Ingresos y Egresos:	97
8.3. Deuda:	99
8.4. Flujo de Caja (económico y financiero):	101
8.5. Evaluación económica y financiera (VAN y TIR):	101
CONCLUSIONES.....	105

RECOMENDACIONES..... 106

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 107

ANEXOS 109

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1: ICA Valor Agregado Bruto por años, según actividades económicas valores miles de soles (2013 – 2019)	18
Tabla N°2: ICA Exportaciones por sector económico en US\$ Millones 2019.....	19
Tabla N°3: Empresas Agroindustriales 2018 en la Región Ica.	21
Tabla N°4: Proveedores de AGROCHAMBA S.R.L.....	23
Tabla N°5: ICA Superficie instalada en hectáreas con cultivos por provincias (2017-2018)	26
Tabla N°6: Matriz FODA 2020.....	36
Tabla N°7: Estrategias FODA 2020	39
Tabla N°8: Diagrama de Gantt 2020	41
Tabla N°9: Competidores directos y potenciales 2020	43
Tabla N°10: Datos de la muestra 2020.....	45
Tabla N° 11: Pregunta 01 – Encuesta 2019.....	48
Tabla N° 12: Pregunta 02 – Encuesta 2019.....	49
Tabla N° 13: Pregunta 03 – Encuesta 2019	50
Tabla N° 14: Pregunta 04 – Encuesta 2019.....	51
Tabla N° 15: Pregunta 05 – Encuesta 2019	53
Tabla N° 16: Pregunta 06 – Encuesta 2019.....	54
Tabla N° 17: Pregunta 07 – Encuesta 2019.....	55
Tabla N° 18: Pregunta 08 – Encuesta 2019.....	56
Tabla N° 19: Pregunta 09 – Encuesta 2019.....	58

Tabla N° 20: Pregunta 10 – Encuesta 2019.....	59
Tabla N° 21: Pregunta 11 – Encuesta 2019.....	61
Tabla N° 22: Datos de Cálculo de demanda Potencial	63
Tabla N° 23 Explicación de Datos de Fórmula de Demanda	64
Tabla N° 24: Determinación de promedio de personas	65
Tabla N° 25: Proyección de la demanda en los próximos 5 años.....	65
Tabla N° 26: Planes AGROCHAMBA	70
Tabla N° 27: Cuadro de ANSOFF.....	73
Tabla N° 28: Proyección De Ventas AGROCHAMBA	75
Tabla N° 29: Proyección De Colocación De Personal AGROCHAMBA	75
Tabla N° 30: Proyección De Ventas Anualizadas	75
Tabla N°31: Matriz de Localización.....	76
Tabla N° 32: Cuadro de necesidades AGROCHAMBA	79
Tabla N°33: Requerimiento de personal AGROCHAMBA.....	80
Tabla N°34: Costos directos de AGROCHAMBA S.R.L.	80
Tabla N°35: Costos indirectos AGROCHAMBA S.R.L.....	81
Tabla N°36: Cuadro de inversión fija tangible área de gerencia AGROCHAMBA S.R.L.	94
Tabla N°37: Cuadro de inversión fija tangible área de operaciones AGROCHAMBA S.R.L.....	95
Tabla N°38: Cuadro de inversión intangible AGROCHAMBA S.R.L.....	96
Tabla N°39: Cuadro de Costos Directos AGROCHAMBA S.R.L.	96

Tabla N°40: Cuadro de Costos indirectos AGROCHAMBA S.R.L.	97
Tabla N°41: Cuadro de resumen de inversión AGROCHAMBA S.R.L.....	97
Tabla N° 42: Cuadro de presupuesto de ventas AGROCHAMBA S.R.L.....	98
Tabla N°43: Cuadro de gastos de servicio y operación AGROCHAMBA S.R.L...98	
Tabla N°44: Cuadro de depreciación de tangibles AGROCHAMBA S.R.L.	98
Tabla N°45: Alternativas Financieras.....	99
Tabla N°46: Cuadro de servicio de la deuda.....	100
Tabla N°47: Cuadro de amortización e intereses.....	100
Tabla N°48: Cuadro de flujo de caja proyectado.....	101
Tabla N°49: Costo promedio capital.....	101

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1: PBI corriente del departamento de ICA por sectores 2016 (% sobre total en miles US\$ corrientes)	25
Gráfico N°2: % de empresas con algún trabajador no competente (2017-2018)... ..	27
Gráfico N°3: % de las vacantes difíciles de cubrir (2017-2018)	28
Gráfico N°4: % de vacantes difíciles de cubrir 2017-2018	29
Gráfico N°5: Medidas que toman las empresas para llenar vacantes difíciles de cubrir 2017-2018.....	29
Gráfico N°6: Medios de contratación más utilizado 2017-2018	30
Gráfico N°7: % de trabajadores asalariados en la actividad agraria 2018	31
Gráfico N°8 Área sembrada promedio-Mercado interno en miles de hectáreas 1986-2015	32
Gráfico N°9: Área cosechada de productos orientados al mercado externo 1986-2015	32
Gráfico N°10: Carretera de proyectos hidro-energéticos	33
Gráfico N°11: ICA personal a contratar según principales sectores económicos 2019	44
Gráfico N°12: ICA Ocupaciones más requeridas del personal a contratar 2019.....	44
Gráfico N° 13: Pregunta 01 – Encuesta 2019.....	49
Gráfico N° 14: Pregunta 02 – Encuesta 2019.....	50
Gráfico N° 15: Pregunta 03 – Encuesta 2019.....	51
Gráfico N° 16: Pregunta 04 – Encuesta 2019.....	52
Gráfico N° 17: Pregunta 05 – Encuesta 2019.....	53

Gráfico N° 18: Pregunta 06 – Encuesta 2019.....	54
Gráfico N° 19: Pregunta 07 – Encuesta 2019.....	56
Gráfico N° 20: Pregunta 08 – Encuesta 2019.....	57
Gráfico N° 21: Pregunta 09 – Encuesta 2019.....	59
Gráfico N° 22: Pregunta 10 – Encuesta 2019.....	61
Gráfico N° 23: Pregunta 11 – Encuesta 2019.....	62
Gráfico N° 24: Logo de la Empresa AGROCHAMBA.....	69
Gráfico N° 25: Canal de distribución.....	72
Gráfico N° 26: Layout de la oficina de AGROCHAMBA S.R.L.....	77
Gráfico N°27: Flujo de comercialización AGROCHAMBA.....	82
Gráfico N°28: Proceso de búsqueda y reclutamiento de personal AGROCHAMBA.....	82
Gráfico N°29: Organigrama de la empresa AGROCHAMBA S.R.L.....	91

INTRODUCCIÓN

La región Ica se destaca por la agricultura extensiva y la agro-exportación articulada alrededor de la producción en el valle. Son importantes el cultivo de uvas, espárragos, palmeras datileras, pecana, algodón, mangos, paltas, entre otros, los cuales convierten al valle en uno de los más exitosos casos de agro-exportación. En ese contexto nace “AGROCHAMBA S.R.L” como una propuesta formal en la búsqueda, captación, capacitación y colocación de personal obrero en las diversas empresas agrícolas de la región. Para analizar la oportunidad del servicio a ofrecer en el mercado destino se identificó la problemática que genera la falta de formalidad en la dotación de personal en el sector agrícola, asimismo, se describirá la propuesta del negocio en diversos capítulos.

En el capítulo I. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO, se identificará el contexto en el cual se desarrollará nuestro servicio y satisfacer la necesidad de nuestros clientes potenciales, adaptarse a sus requerimientos y demanda.

En el capítulo II. DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO, el análisis del entorno interno y externo en el que participará nuestra empresa es muy importante. Para realizar dicho análisis se empleará el modelo de las cinco fuerzas competitivas de Michael Porter.

En el capítulo III. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO, se describirán los objetivos del plan de negocio con la finalidad de tener un enfoque en los resultados o situaciones que la empresa desea alcanzar en un determinado periodo de tiempo a través de los recursos que dispone.

En el capítulo IV. ESTUDIO DE MERCADO, analizaremos en este capítulo el mercado, oferta, demanda, recojo de información de primera mano (encuestas) y poder atender la demanda insatisfecha para asegurar la factibilidad del negocio.

En el capítulo V. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN, aquí se presentan de forma estructurada los objetivos comerciales a conseguir en un periodo de tiempo determinado; asimismo, detalla las estrategias y acciones que se van a realizar para

alcanzarlos en el plazo previsto.

En el capítulo VI. PLAN TÉCNICO, en este punto del Plan de Negocios se describirá de forma detallada los procedimientos y acciones que realizará la empresa con la finalidad de brindar un excelente servicio a todos sus clientes y detallando los recursos que serán necesarios.

En el capítulo VII PLAN ORGANIZACIONAL, DE PERSONAL Y LEGAL, analizaremos la persona jurídica que obtendremos, régimen tributario y laboral con que contaremos para la puesta en marcha de nuestra empresa.

Y en el capítulo VIII. PLAN ECONÓMICO – FINANCIERO, evaluaremos la rentabilidad del plan de negocios presentado, a través de diversos indicadores de medición como el VAN, TIR, COSTO/BENEFICIO permitirá conocer la viabilidad del proyecto en término económicos y financiero.

CAPITULO I

IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD

1.1. Descripción de la oportunidad

La idea de negocio es elaborar una plataforma virtual con una amplia base de datos de personal obrero capacitado, para desarrollar las actividades requeridas por las empresas agrícolas. Este personal será gestionado por la empresa a formar. Nuestra empresa brindará capacitaciones constantes de las principales actividades desarrolladas por el ámbito agrario, como raleo, cosecha, deshierbo, buenas prácticas agrícolas (BPA), seguridad y salud ocupacional (SSO), entre otros. También existirá la opción de brindar capacitaciones puntuales dependiendo del requerimiento de la empresa que solicite nuestro servicio, como por ejemplo existirán empresas que necesiten certificar en Global GAP, HACCP, BASC, SMETA, ISOS, entre otras, estas capacitaciones tendrán un costo adicional que será incluido en el precio final que pagará la agrícola.

La empresa que nos contrate tendrá la opción de indicarnos en cualquier momento de existir algún problema con el personal que recibió para que sea reemplazado inmediatamente sin afectar el desarrollo de sus actividades, esto nos permitirá enriquecer nuestra base de datos con personal eficiente en actividades del ámbito agrario, pudiendo llegar a empresas cada vez más grandes o expandirnos en el resto de la región.

El nombre que llevará la plataforma es **AGROCHAMBA**, el dominio de la plataforma será: www.agrochamba.com, también estaremos presentes en LinkedIn y Facebook.

Lo que se buscará es satisfacer la demanda potencial en la contratación de la mano de obra y cubrir las necesidades de las empresas del sector agrícola de la provincia Ica, minimizando el esfuerzo en la captación de personal para estas

empresas. Habiendo actualmente una alta demanda de mano de obra y una elevada rotación de personal, optimizaremos la contratación teniendo los datos siempre actualizados para que ubicar al personal obrero en el momento preciso, deje de ser un problema. Al haber un contrato de por medio, la empresa tendrá la garantía de que el personal otorgado no sólo estará capacitado, sino que también cumplirá con los horarios establecidos por el tiempo que dure la campaña. Se cultivará el sentido de responsabilidad y eficiencia en el trabajo con las capacitaciones que constantemente brindaremos, además de perfeccionar sus conocimientos en las actividades que se desempeñan en el campo.

Nuestros clientes potenciales son las empresas del sector agrario, que en la actualidad ascienden a 95 empresas en la provincia de Ica, con metas a expandirnos posteriormente en el resto de la región.

1.2. Elaboración del modelo de negocio

“Ica ha desarrollado una agroindustria importante (18% de la agroexportación) basada en el procesamiento de hortalizas (espárrago y alcachofa) y cacao (manteca de cacao). En el 1° semestre de 2019, la exportación iqueña de productos agroindustriales superó los US\$ 90 millones tras haber logrado un récord de US\$ 197 millones en 2018.” (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2019, párr. 4).

Actualmente las empresas que están en busca de personal obrero contactan con un tercero que se encarga de conseguir la cantidad de personas que la empresa requiera, cobrando una comisión por cada uno de los trabajadores, la comisión diaria es de S/1.00 o S/1.50 por obrero, además de cobrar un jornal equivalente a S/1,100.00 sin desempeñar ninguna labor para la empresa, todo esto sin tener un contrato de por medio que garantice la permanencia de la gente hasta finalizar la campaña.

Otro problema que se puede ver en la actualidad, es que, entre las diferentes empresas del agro, el personal se va retirando rápidamente hacia otras empresas del mismo rubro, tan sólo ofreciéndoles unos soles de más al momento que las personas están subiendo a los transportes que los movilizan hasta las empresas, que se

encuentran bastante alejadas. Se sabe también que, en muchos casos, son los mismos “jaladores” quienes se llevan el personal de una empresa a otra por una comisión extra, ya que no existe nada que garantice la permanencia de su gente.

Y, algo más que se pudo identificar, es la dificultad que representa para el área de recursos humanos, el mantener una planilla de trabajadores estables, ya que la rotación del personal es cada vez más elevada y la eficiencia de la gente que se contrata es casi nula, trayendo consigo una constante búsqueda de mano de obra para cubrir las necesidades de la empresa en campañas de alta demanda de personal, esto hace que la empresa opte de manera irresponsable por contratar a menores de edad con identidades suplantadas, corriendo el riesgo de recibir alguna sanción o multa por las entidades reguladoras como el Ministerio de Trabajo (MINTRA).

Se opta también por traer bastante mano de obra de zonas alejadas, aumentando con esto la población de las zonas marginales, ya que muchas de estas personas terminan por quedarse en la localidad, esto es un claro ejemplo del porqué la delincuencia va en aumento. Esto también perjudica en el correcto manejo de los frutos que se estén trabajando de acuerdo a la temporada, puesto que al ser personas externas no siempre conocen el fruto y no le dan el trato óptimo y la merma crece para la empresa.

1.3. Análisis de la oportunidad

Actualmente existe una gran demanda por contar con personal agrario de manera rápida, continua y con experiencia, sin embargo, esto no sucede en la práctica. Es lo que se busca, pero, no se consigue.

En el mercado actual no existe una idea como esta, se sabe que uno de los problemas que tienen las empresas, es la alta rotación de personal que ocasiona un gasto extra, no solo del tiempo en la capacitación sino también en herramientas que no son bien aprovechadas, ante este problema nace la idea del desarrollo de esta plataforma que ayudaría a minimizar el impacto en el gasto para la captación de personal en el sector agrario, además de que la capacitación básica del personal sería brindada por nosotros.

En la siguiente tabla podemos apreciar que desde el año 2013 al 2019 las actividades relacionadas a la agricultura han ido siempre en aumento, lo cual nos confirma que estamos apostando por un sector en constante crecimiento en la provincia de Ica.

Tabla N°1: ICA Valor Agregado Bruto por años, según actividades económicas valores miles de soles (2013 – 2019)

Actividades	2013	2014	2015	2016P/	2017P/	2018E/	2019E/
Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura	2,171,192	2,420,625	2,714,346	3,049,582	3,273,133	3,453,332	3,529,576
Pesca y Acuicultura	220,282	207,506	488,165	204,646	311,111	359,557	283,329
Extracción de Petróleo, Gas y Minerales	2,614,531	2,365,834	1,888,557	2,049,368	2,783,638	2,688,770	3,489,911
Manufactura	4,102,031	4,049,487	4,803,924	4,334,176	4,628,908	5,022,819	4,898,493
Electricidad, Gas y Agua	190,718	271,896	307,591	481,603	528,712	588,925	638,163
Construcción	2,202,906	2,267,208	2,489,494	2,443,068	2,771,905	3,002,451	3,490,588
Comercio	1,591,170	1,692,797	1,819,282	1,948,192	1,998,086	2,085,617	2,206,321
Transporte, Almacen., Correo y Mensajería	1,154,714	1,261,346	1,573,425	1,697,295	1,732,211	1,761,874	1,877,691
Alojamiento y Restaurantes	323,388	360,611	392,703	432,841	464,217	508,403	548,375
Telecom. y Otros Serv. de Información	221,886	224,471	232,915	250,618	287,782	320,561	335,718
Administración Pública y Defensa	560,530	659,809	701,937	746,900	790,678	821,395	858,662
Otros Servicios	2,533,231	2,793,338	3,063,175	3,313,959	3,577,881	3,889,083	4,170,074
Valor Agregado Bruto	17,886,579	18,574,928	20,475,514	20,952,248	23,148,262	24,502,787	26,326,901

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática 2020.

Tal como se evidencia en la tabla N°2 se puede apreciar que las exportaciones agrícolas crecieron un 8% en Ica, gracias a la gran exportación que hubo principalmente en la palta.

Tabla N°2: ICA Exportaciones por sector económico en US\$ Millones

Ica: Exportaciones por Sectores Económicos (US\$ Millones)							
Part. % 2018	Descripción	Anual					Var % 18/17
		2014	2015	2016	2017	2018	
57%	Exportaciones Tradicionales	3 279	1 857	1 604	1 938	1 990	2,7%
30%	Minero	1 517	951	832	1 135	1 050	-8%
14%	Hierro	636	345	322	435	483	11%
10%	Estaño	541	343	344	370	335	-10%
5%	Oro	31	51	80	137	164	20%
24%	Petróleo y gas natural	1 615	695	619	736	822	12%
24%	Nafta	1 306	656	584	706	822	16%
0%	Gas propano, licuado	86	26	22	20	0	-98%
0%	Gas butano, licuados	38	4	13	9	-	-100%
3%	Pesquero	145	208	151	66	117	76%
3%	Harina de pescado	130	177	134	59	97	64%
1%	Aceite de pescado	15	31	17	7	20	173%
0%	Agrícola	1	3	1	1	1	42%
43%	Exportaciones No Tradicionales	1 146	1 169	1 144	1 374	1 478	7,5%
32%	Agropecuario	881	945	894	1 036	1 115	8%
11%	Uvas frescas	317	353	287	341	368	8%
7%	Espárrago (fresco, congelado y conserva)	231	260	252	241	231	-4%
3%	Palta (fresca y congelada)	61	60	67	82	114	39%
2%	Mandarinas (clementinas, tangerinas, wilkings)	58	60	70	82	78	-5%
2%	Cebollas frescas	38	33	41	50	54	9%
2%	Cacao y derivados	2	1	17	44	55	24%
1%	Granadas	19	25	29	42	51	23%
4%	Sidero-metalúrgico	34	22	51	116	130	12%
4%	Barras y perfiles de hierro	17	16	42	104	124	19%
0%	Estaño en bruto aleado	4	4	3	1	2	31%
3%	Textil	115	97	103	110	118	7%
2%	"T-shirt"	33	30	58	63	70	11%
1%	Camisas de punto	50	25	20	23	25	11%
0%	Suéteres (jerseys) de punto	15	22	13	11	12	10%
2%	Pesquero	79	79	76	86	82	-4%
1%	Conservas de anchoas	25	35	31	30	37	23%
0%	Algas frescas	13	10	9	16	14	-12%
0%	Pescado seco o salado	14	11	11	7	10	44%
1%	Otros	38	26	20	27	33	20%
100%	Ica	4 425	3 026	2 748	3 312	3 468	4,7%

Fuente: SUNAT Elaboración: MINCETUR 2019.

Habiendo una gran bitácora de oportunidades en el ámbito agrícola en la provincia Ica, es que nace la idea de elaborar la plataforma AGROCHAMBA para conseguir beneficios no solo para las empresas, sino también para las personas con habilidades en el sector agrícola y para la sociedad, reduciendo el alto índice de delincuencia que hay actualmente.

Algunos de los beneficios que ofrece la plataforma AGROCHAMBA, son:

- a) Disminuir considerablemente la rotación del personal para reducir los costos de planilla, porque se contaría con personal eficiente que sería productivo para la empresa.
- b) Eliminar el costo de capacitación por ingreso de personal nuevo para la empresa, ya que habría estabilidad laboral.
- c) Disminuir el tiempo que actualmente invierte la empresa en conseguir personal obrero.
- d) Apoyar y simplificar a la empresa en la contratación del personal obrero.
- e) Facilitar y agilizar el empleo de las personas con habilidades en el ámbito agrícola.
- f) Se reduciría la informalidad en el sector agrícola.
- g) Ayudaremos a que la formalización del empleo en el sector agrario siga creciendo.
- h) No se contratarían a menores de edad con identidades suplantadas.
- i) Contar con una base de datos de obreros que no tengan delitos o denuncias en proceso.
- j) Reducirle a la empresa la gestión del personal obrero.

CAPÍTULO II

SENSIBILIZACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

2.1 Análisis del microentorno (clientes, competidores, proveedores, intermediarios, productos sustitutos)

2.1.1 Perfil de clientes:

Nuestros clientes son empresas agroexportadoras que se encuentra en la región de Ica comprendidos desde la pampa de Villacuri hasta Ocucaje, con actividades productivas y extractivas, que se desarrollan en la provincia de Ica. Se ha identificado una necesidad que es común en todas las empresas del sector, la búsqueda de mano de obra agraria, actualmente estas vienen siendo cubiertas con la informalidad de algunas personas que se aprovechan para colocar personal y además cobrar bonos salariales, son conocidos como “jaladores”.

Tabla N°3: Empresas Agroindustriales 2018 en la Región Ica.

RUC :	RAZO N SO CIAL	RUC :	RAZO N SO CIAL	RUC :	RAZO N SO CIAL
20505688903	AGRICOLA ANDREA S.A.C.	20452791031	POMICA PERU S.A.C.	20109930751	AGRICOLA HUARMEY S.A.
2049194005	AGRICOLA AYACUCHO S.A.	20100227542	PROCESOS AGROINDUSTRIALES S.A.	20601742358	AGRICOLA PRONILSA S.A.C.
20600722264	AGRICOLA SAN MIGUEL ICA S.A.C.	20494585686	PROUVAS ICA S.A.C.	20566528844	AGRICOLA SAMI S.A.C.
20452634873	AGRICOLA CARMEN LUISA S.A.C.	20535747424	RVR AGRO E.I.R.L.	20512864300	AGRICOLA SOL DE VILLACURI S.A.C.
20600404866	AGRICOLA MARSOLE S.A.	20534994908	SERVIC AGRO JWC CORPOR S.A.C.	20225246158	AGRICOLA VALLE DEL SOL S.A.C.
20515139321	AGRICOLA CHALLAPAMPA S.A.C.	20495058761	SHADAA Y E.I.R.L.	20452737508	AGRICOLA LA GUERRERO S.A.C.
20372081831	AGRICOLA CHAPI S.A.	20514006823	SHUMAN PRODUCE PERU S.A.C.	20389426891	AGRICOLA LOS MEDANOS S.A.
20293718220	AGRICOLA DON RICARDO S.A.C.	20536558072	SOBIFRUTS S.A.C.	20557880730	AGRICOLA EXPORTADORA CWT S.A.C.
20510977182	AGRICOLA LA JOYA S.A.C.	20566144434	SOCIEDAD AGRICOLA 3P S.A.C.	20452658381	AGRO EXPORTADORA NJ E.I.R.L.
20515349309	AGRICOLA LA VENTA S.A.	20325117835	SOCIEDAD AGRICOLA DROKASA S.A.	20318018856	AGRO VICTORIA S.A.C.
20154697650	AGRICOLA RIACHUELO S.A.C.	20494586810	SUN FRUITS EXPORTS S.A.	20508174234	AGROCAMPO S. A. C.
20325086263	AGRICOLA SAN RAMON SA	20601407567	VIRACOCAN S.A.C.	20390171308	AGROEXPORT ADORA CACHICHE S.A.
20265271121	AGRICOLA YAURILLA S.A	20452607396	Y & R AGRICOLA DUSHEDARE E.I.R.L.	20601014352	AGROEXPORTADORA MAHAN S.A.C.
20452445981	AGRISALBA S.A.	20523184165	WIÑAY SUMAJ S.A.C.	20556581372	AGROEXPORT. VIRGEN DEL CARMEN S.A.C.
20452343399	AGRICOLA EL GUAYABO S.A.C.	20549667334	WHIT E LION FOODS S.A.C.	20491900696	AGROFAM S.A.C.
20543443841	GREENVIC PERU S.A.C.	20297939131	COMPLEJO AGROINDUSTRIAL BETA S.A.	20502072006	AGROINDUSTRIA CAMPO VERDE S.A.C.
20100032709	I Q F DEL PERU SA	20494397685	CORPORACION AGROEXPORTICA S.A.C.	20218241787	AGROINDUSTRIA FORTUNA SA
20469079148	ICA FRUTA S.A.	20176770474	CORPORACION AGROLATINA S.A.C.	20104420282	AGROINDUSTRIAS AIB SA
20421073792	ICASOL S.A.	20504342060	CULTIVOS ECOLÓGICOS DEL PERU S.A.C	20515159356	AGROINDUSTRIAS TERRANOVA S.A.C.
20310422755	ICATOM S.A.	20336183791	EL PEDREGAL SA	20494254141	AGROINDUSTRIAS GUADALUPE SAC
20507208887	INVERSIONES NIVAMA S.A.C.	20494711223	EMPRESA AGRO EXPORT ICA S.A.C.	20509277843	AGROINDUSTRIAS MACACONA SRL
20372983796	KEYPERU S.A.	20104902864	EXPORT. FRUTICOLA DEL SUR S.A.	20548284547	AGROSEED DEL PERU S.A.C.
20540742554	KON SOL PERU S.A.C.	20494976286	EXPORT ADORA KON SOL S.A.C.	20508257954	ALPA SWEET EIRL
20543497348	LA TEMPRANILLO S.A.C.	20494803691	EXPORTADORA LA MOLINA S.A.C.	20538314197	ALPHA TRADING INTERNATIONAL S.A.C.
20411051782	MANUELITA F YH S.A.C.	20279143222	FLORIDABLANCA S.A.C.	20544884329	ALV TRADING S.A.
20455932409	MIRANDA INTERNACIONAL S.A.C.	20557676962	FRUTA LATINA TRADING S.A.C.	20552999194	BIOFRUIT EXPORT S.A.
20376641466	MONSANTO PERU S.A.	20423354284	FUNDO SAN FERNANDO S.A.	20534516674	BLAND FARMS (PERU) S.A.C.
20600138422	MULTI FOODS FROZEN E.I.R.L.	20390247487	FUNDO SACRAMENTO S.A.C.	20387887289	CASA CHICA S.A.C.
20106728055	NEDIX S.A.C.	20511632731	FUNDO SAN ISIDRO S.A.C.	20600876491	CAMET TRADING S.A.C.
20112302370	NOVOLIZ S.A.	20412406100	FUNDO SAN LUIS S.A.C.	20324737171	CAMPOS DEL SUR S.A.
20556196622	OLMOS VERDE S.A.C.	20600377800	COMERC. AGRIC. DEL SUR PERU E.I.R.L.	20509696145	CEEF S.A.C.
20452675804	PEAK QUALITY DEL PERU S.A.			20106651087	COEXA S.A.

Fuente: Cámara de Comercio 2018.

2.1.2 Perfil de competidores:

En Ica, aún no existe una empresa dedicada a ofrecer el servicio que nosotros planteamos con la plataforma AGROCHAMBA S.R.L., ya que existe una informalidad representada en jaladores de personal, dirigentes, caporales, esta es la única manera de conseguir la mano de obra que se requiere para desempeñar las labores en campañas.

Los jaladores, son las personas dedicadas a conseguir el personal que requiere la empresa, cobrando una comisión de S/1.00 a cada obrero, además de cobrar un sueldo mensual de S/1120.00 a la empresa, sin desempeñar ninguna labor ni tampoco brindar algún tipo de garantía del personal que gestiona.

Y también están las publicaciones en redes, en páginas web laborales donde se colocan las convocatorias de acuerdo a las campañas temporales que se vayan presentando y los afiches, volanteos y el perifoneo de las ofertas laborales.

2.1.3 Perfil de proveedores:

Para el desarrollo de la plataforma tendremos proveedores principalmente tecnológicos, como el desarrollador de la plataforma, la empresa que nos alquile el hosting y un diseñador gráfico.

Nuestros proveedores serán detallados en la siguiente tabla:

Tabla N°4: Proveedores de AGROCHAMBA S.R.L.

PROVEEDORES	¿QUÉ OFRECEN?	UBICACIÓN
INTERMEDIAHOST S.A.C.	Almacenamiento del sitio web con recursos ilimitados, base de datos, registro del dominio y desarrollo de la plataforma.	Av. Javier Prado Oeste Nro. 821 Lima - Lima - Magdalena del Mar
INGRAM MICRO S.A.C.	Equipos Informáticos	Av. Javier Prado Este Nro. 175 Dpto. 903 Lima - Lima - San Isidro
AMERICA MOVIL PERU S.A.C.	Internet, telefonía	AV. Nicolas Arriola Nro. 480 Urb. Santa Catalina - Lima - Lima - La Victoria
ELECTRO DUNAS S.A.A.	Energía eléctrica	Car. Panamericana Sur S/N Urb. La Angostura KM 300.5 Ica - Ica
EMPRESA MUNICIPAL AGUA POTABLE Y ALC. DE ICA	Agua potable	Cal. Castrovirreyna Nro. 487 Ica - Ica - Ica

Fuente: Elaboración propia 2020

2.1.4 Fuerzas de Porter:

2.1.4.1 Poder de negociación de los clientes:

Se identificó que la principal dificultad de estas empresas se ve reflejada en el área de recursos humanos, por la poca eficiencia de conseguir personal apto y calificado, es por ello que surge la idea de combatir la informalidad y brindarles a las empresas una opción viable.

Actualmente AGROCHAMBA es la única empresa en Ica que brinda una solución a su mayor dificultad con lo que consideramos que la negociación sería factible.

2.1.4.2 Rivalidad entre competidores:

Siendo los “jaladores” nuestros principales competidores actualmente, buscaremos la formalidad de esta actividad y está será nuestra principal ventaja competitiva frente a nuestros futuros clientes. Consideramos que nuestra rivalidad con estos jaladores es media porque ya muchas de las empresas han venido trabajando y conocen gente para este trabajo, pero nuestra propuesta no deja de ser atractiva para las empresas, puesto que seremos formales, daremos la garantía de la permanencia del personal y además brindaremos capacitaciones

para un trabajo más eficiente.

Los otros competidores que encontramos son perifoneo y afiches que no generan gran acogida, por ese motivo consideramos que la amenaza es bastante baja.

2.1.4.3 Poder de negociación de los proveedores:

La negociación con los proveedores se dará por el tiempo de los contratos establecidos, ya que trataremos de conseguir mejores precios contratando planes a largos plazos en el caso del hosting. El poder de negociación de los proveedores es considerado alto en el corto plazo hasta que podamos salir a otras ciudades y necesitemos mayor capacidad en sus servicios.

2.1.4.4 Amenaza de productos sustitutos:

La amenaza de productos sustitutos es bastante baja, puesto que actualmente solo están las bolsas de trabajo que ofrece el ministerio de trabajo, las plataformas de llamamiento y los jaladores informales.

2.1.4.5 Amenaza de nuevos competidores:

Ica, es un departamento privilegiado para el sector agropecuario debido a la calidad de su suelo y el clima principalmente, además de la cercanía que se tiene con la capital del Perú.

El gran potencial en el sector agropecuario, está basado principalmente en las actividades de producción, extracción y exportación, teniendo con esto una alta demanda en la mano de obra para desarrollar estas actividades.

Al no existir una barrera de ingreso al mercado que sea significativa, pueden aparecer con mucha facilidad nuevas empresas que ofrezcan el mismo servicio que ofreceríamos nosotros.

Por estos motivos es que consideramos que esta amenaza es elevada, sin embargo, por el momento somos pioneros en la provincia de Ica, teniendo con esto la posibilidad de mantener opciones que fidelicen a las empresas que trabajen con nosotros.

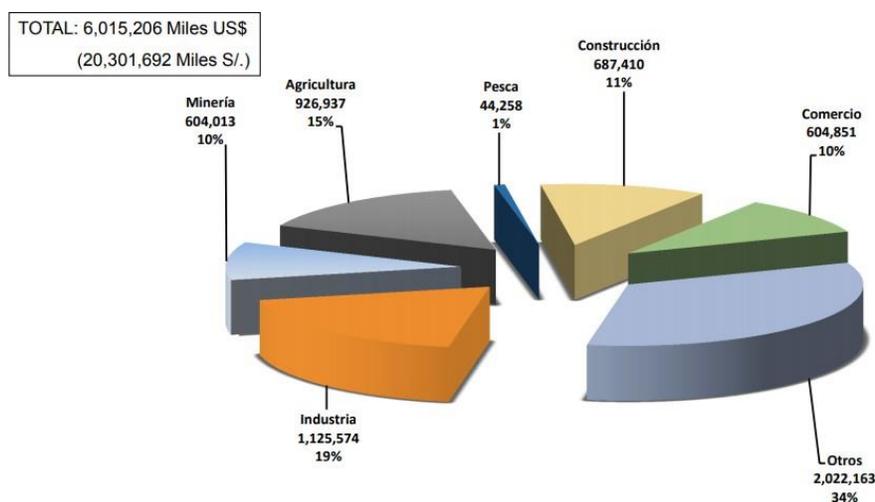
2.2 Análisis del macroentorno (factores: económico, cultural y social, político, geográfico–demográfico y tecnológico)

2.2.1 Factores económicos:

Según el gráfico N°3 que mostraremos posteriormente se evidencia que el sector Agricultura corresponde a un 16% del PBI de la región en el año 2016, mostrando un crecimiento del 2% con respecto al año 2014.

Con esto concluimos que el sector agricultura ha ido creciendo aún sin tener un correcto manejo, ya que hay mucha informalidad, lo que representa una oportunidad para el desarrollo de nuestra plataforma puesto que con su uso la informalidad se disminuiría considerablemente y de esta manera más personas tendrían acceso a la oferta laboral agraria y además de incrementar el PBI de la región en el sector.

Gráfico N°1: PBI corriente del departamento de ICA por sectores 2016 (% sobre total en miles US\$ corrientes)



Fuente: INEI 2017.

Según la tabla que mostraremos a continuación, podemos observar que el mayor potencial del sector agrario en la ciudad de Ica, se da en la provincia de Ica, teniendo el 40% de superficie instalada con cultivos en la campaña agrícola 2017-2018.

Tabla N°5: ICA Superficie instalada en hectáreas con cultivos por provincias (2017-2018)

CULTIVO	TOTAL REGIÓN	PROVINCIA				
		CHINCHA	PISCO	ICA	PALPA	NASCA
TOTAL	114,639	28,218	29,578	45,531	3,201	8,111
I. TRANSITORIOS	50,890	15,560	18,944	11,236	1,501	3,650
II. SEMIPERMANENTES	23,549	2,821	6,118	11,346	606	2,659
III. PERMANENTES	40,200	9,838	4,516	22,950	1,094	1,803

Fuente: Dirección Regional Agraria 2019

Luego de analizar la información de los cuadros que se presentaron observamos que la provincia de Ica es la que tiene el mayor porcentaje de superficies agrícolas por lo que nos favorece en el desarrollo inicial de este proyecto y nos permite considerar en un corto o mediano plazo ingresar a las provincias de Pisco y Chincha ya que entre ambas provincias hay un 50% de superficie instalada.

2.2.2 Factor cultural y social:

Dentro de los factores sociales, lo que principalmente podemos apreciar es la poca estabilidad laboral, el bajo nivel de competencia en cuanto a las habilidades de las personas y la elevada demanda en el área de recursos humanos buscando personal calificado.

La mayoría de personas dedicadas al ámbito agrario, fue adquiriendo sus conocimientos basándose principalmente en la práctica y experiencia, sin embargo, son muy pocos quienes han obtenido algún tipo de capacitación, es por esto que la plataforma que estamos presentando gestionará constantes capacitaciones básicas para el personal que una empresa necesite, de manera que no representen un problema al incorporarse y se encuentren aptos para trabajar con los diferentes frutos o máquinas, dependiendo de las empresas que los contraten.

Gráfico N°2: % de empresas con algún trabajador no competente (2017-2018)



Fuente: ENHAT 2019

Según mostramos en el gráfico anterior, hay un 55.6% de las empresas que consideran que el mercado no ofrece trabajadores con las habilidades óptimas para desempeñar las actividades que se requieren y un 38.5% de empresas que acepta que contrata personal sabiendo que no cuentan con las habilidades requeridas, porque no encuentra más opciones en la actualidad, es por este motivo que elaboramos esta plataforma, que además de permitir contratar al personal idóneo según lo que requiera la empresa, también brindará capacitaciones básicas para un trabajo más eficiente, dando como resultado una mejora considerable en la contratación del personal.

Generalmente la mayor cantidad de personas que se desarrolla en el ámbito agrario, no es por ser personal capacitado, es principalmente porque las empresas no se dan abasto de evaluar al personal al momento de contratarlo, por la alta demanda de mano de obra.

Como ya hemos mencionado la rotación del personal obrero, es excesivamente elevado, es por este motivo que, aunque tengan experiencia trabajando en campo, no llegan en su mayoría a tener la eficiencia laboral que las empresas realmente necesitan, puesto que en Ica se producen diferentes productos agrícolas, como la papa, los espárragos, la uva, los arándanos, entre muchos otros y cada uno conlleva un proceso diferenciado.

Al haber tanta rotación de personal, por lo general no se consigue aprender

el proceso completo y la eficiencia suele ser bastante reducida, generando esto pérdidas para las empresas agrícolas, es por estos motivos principalmente que el brindar capacitaciones básicas de forma recurrente al personal obrero, nos dará un valor agregado, con lo que buscamos la fidelización de nuestros futuros clientes.

Tal como se muestra en el siguiente gráfico, el 47.9% de las empresas padecen mucho por la experiencia laboral del personal que contratan, si bien es cierto, tienen experiencia trabajando en el campo pero, debido a la enorme variedad de frutos que se cosechan debería ser algo primordial el que tengan alguna capacitación específica.



Como se aprecia en el cuadro siguiente, las principales consecuencias para las empresas al cubrir las vacantes laborales se debe en mayor proporción a que se dificulta la atención al cliente y que se retrasa el desarrollo de nuevos productos o servicios, es por este motivo que se explica el por qué las empresas agroexportadoras no invierten mucho tiempo al evaluar al personal que se contrata, teniendo con ello que rotar y buscar constantemente personal que desempeñen las altas demandas laborales en el campo.

Esto como consecuencia desencadena en efectos negativos para la empresa, ya que no se consigue al personal idóneo para cubrir las vacantes y en muchos casos el personal genera pérdidas considerables porque dañan el producto final o deterioran las maquinarias.

Gráfico N°4: % de vacantes difíciles de cubrir 2017-2018

Fuente: ENHAT 2019



Como se puede revisar en el siguiente cuadro, el 61.1% de las empresas optan como medida principal el aumentar los esfuerzos en el reclutamiento, trayendo consigo una gran demanda laboral para el área de recursos humanos y gestión de personal. Esto nos muestra que tenemos un amplio mercado donde ofertar nuestra plataforma.

Gráfico N°5: Medidas que toman las empresas para llenar vacantes difíciles de cubrir 2017-2018



Fuente: ENHAT 2019

Como podemos ver en el siguiente cuadro, el 57.3% de las empresas, considera que el medio elegido para contratar personal es en su mayoría por las redes informales, tal como se había mencionado inicialmente, esta es la manera más usada actualmente y es lo que como empresa buscamos combatir.

Gráfico N°6: Medios de contratación más utilizado 2017-2018



2.2.3 Factor político:

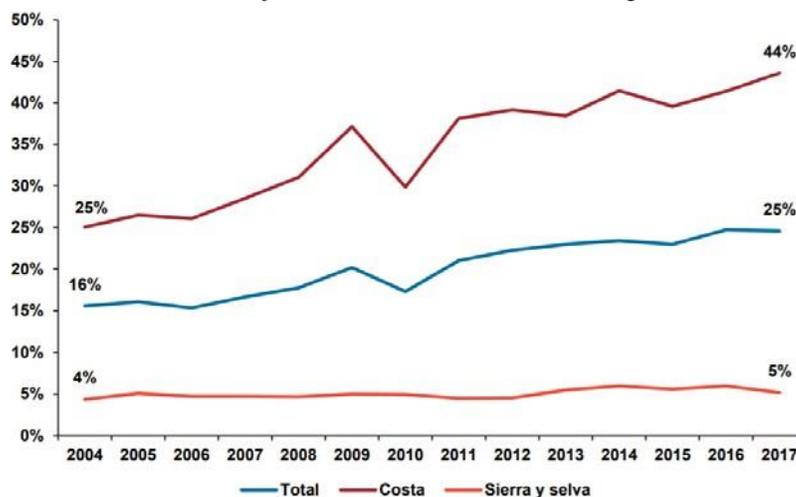
Con la ley 27360, llamada también LEY DE PROMOCIÓN AGRARIA, se consiguieron beneficios tanto para el empleador como para el trabajador, dentro de los cuales se resalta que los trabajadores tienen una remuneración diaria donde se incluye la CTS y las Gratificaciones de Julio y diciembre, tal como el incremento de la remuneración mínima vital, descanso vacacional remunerado de 15 días e indemnización por despido arbitrario.

Con la ley 27360, se espera duplicar el empleo formal en los próximos 5 años, potenciar los beneficios de los peruanos pertenecientes a zonas alejadas, incrementar las oportunidades de empleo para el sector agrícola y consolidar al Perú como potencia agroexportadora y sobretodo poner al Perú como proveedor de alimentos agrícolas a nivel global.

Como la ley 27360, brinda beneficios para ambas partes (trabajador / empleador), consideramos que tendremos mayor acogida puesto que la plataforma AGROCHAMBA, lo que promueve es la formalización laboral del sector agrario.

Como se apreciará en el siguiente cuadro, el empleo en el sector agrícola se ha ido incrementando considerablemente en un 19% en la costa del país desde el año 2004 al 2017, esto es gracias a lo positivo de la ley 27360.

Gráfico N°7: % de trabajadores asalariados en la actividad agraria 2018



Fuente: Encuesta Nacional de Hogares 2018

2.2.4 Factor geográfico – demográfico:

Como se mostrará en los siguientes cuadros, los componentes del mercado interno crecieron en promedio 61.7% y en el mercado externo 139.4%.

El mercado externo tuvo un mayor crecimiento, el cual se encuentra estimulado por la alta demanda y la búsqueda constante de productos rentables que cuenten con éxito comercial. Su alto crecimiento nos evidencia que el sector seguirá requiriendo mano de obra y, esto será más complicado para las empresas sino consiguen una plataforma como AGROCHAMBA que pueda solucionar y optimizar la contratación de obreros.

Gráfico N°8 Área sembrada promedio-Mercado interno en miles de hectáreas 1986-2015

	Prom 86-95	Prom 96-05	Prom 06-15	Var%	
	(1)	(2)	(3)	(3)/(2)	(3)/(1)
TOTAL	1 433	1 888	2 318	22,8	61,7
Costa	467	552	611	10,7	31,0
Tumbes	8	12	16	32,4	107,3
Piura	118	104	130	24,9	10,4
Lambayeque	61	81	99	21,2	61,1
La Libertad	98	157	189	20,6	92,1
Lima	69	74	60	-19,9	-13,3
Ica	64	61	53	-12,5	-16,8
Arequipa	43	56	60	7,7	39,4
Moquegua	2	2	2	-7,5	6,5
Tacna	4	5	3	-39,0	-29,4
Sierra	739	989	1 092	10,4	47,7
Cajamarca	157	222	247	11,2	56,6
Ancash	93	96	89	-7,0	-4,6
Huánuco	48	99	112	13,6	135,6
Pasco	19	19	26	34,4	37,2
Junín	83	104	90	-13,6	8,5
Huancavelica	56	77	82	6,7	47,2
Ayacucho	55	69	89	29,0	61,6
Apurímac	56	83	80	-4,1	41,7
Cusco	78	103	134	29,2	72,2
Puno	94	116	143	23,1	52,3
Selva	228	347	616	77,2	170,1
San Martín	80	117	156	32,8	95,6
Loreto	60	107	121	12,6	101,5
Ucayali	16	32	37	16,5	128,1
Madre de Dios	9	10	10	-1,0	16,4
Amazonas	64	81	292	261,2	359,2

Fuente: Ministerio de Agricultura y Riego 2016

Gráfico N°9: Área cosechada de productos orientados al mercado externo 1986-2015

	Prom 86-95	Prom 96-05	Prom 06-15	Var%	
	(1)	(2)	(3)	(3)/(2)	(3)/(1)
Café	171	258	359	39,2	109,6
Cacao	30	42	83	96,8	177,6
Quinua	15	27	42	54,5	172,0
Espárrago	11	19	31	61,6	174,4
Mango	7	12	27	117,1	296,2
Palta	6	9	21	123,7	257,6
Cebolla	7	16	19	21,6	169,2
Uva	9	11	18	66,5	100,4
Aceituna	5	6	12	102,0	132,3
Mandarina	3	7	11	58,7	238,1
Otros ^{1/}	0	5	14	173,0	100,0
Total	265	412	635	54,2	139,4

Fuente: Ministerio de Agricultura y Riego 2016

Los proyectos hídricos se abren paso debido a la amplia oferta que permite conectar con el exterior y con ello reforzar el potencial agrícola.

La ejecución de la infraestructura hídrica ha tomado mucho tiempo y se avanza de a pocos por el alto costo de construcción, pero, se debe continuar porque nos asegura un avance de agricultura tecnificada y con proyección al mercado externo. Agua Grande en Ica, se encuentra pendiente en la agenda.

Gráfico N°10: Carretera de proyectos hidro-energéticos

Proyecto	Departamentos	Área (Hectáreas)	
		Nueva	Mejorada
SUR			
Pampas Verdes (Propuesto)	Ica, Arequipa, Ayacucho	218 015	
Agua Grande (Propuesto)	Ica, Huancavelica	Estabiliza áreas en Ica	
Majes Sigvas II (En ejecución)	Arequipa	38 500	
NORTE			
Alto Piura (Por ejecutar)	Piura	19 000	31 000
Olmos (En ejecución)	Lambayeque	38 000	5 500
Irrigación Binacional	Tumbes	18 500	
Puyango-Tumbes (Propuesto)	Ecuador	22 000	
Chavimochic III (En ejecución)	La Libertad	63 500	47 800
Chinecas (Por ejecutar)	Ancash	19 000	31 000

Fuente: Ministerio de Agricultura y Riego 2016

CAPÍTULO III

PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

3.1. Misión:

La empresa AGROCHAMBA S.R.L. ha tenido por consiguiente establecer la siguiente misión:

“Brindamos soluciones innovadoras a nuestros clientes e impulsar a formalización del empleo, a través del uso de la tecnología.”

3.2. Visión:

La empresa AGROCHAMBA S.R.L. ha tenido por consiguiente establecer la siguiente visión:

“Consolidarnos como la empresa local con el mayor número de ofertas en mano de obra formal, satisfaciendo las necesidades del sector agrícola local, en la provincia de Ica, en los próximos 5 años.”

3.3. Valores:

La empresa AGROCHAMBA S.R.L. ha tenido por consiguiente establecer los siguientes valores:

- a) **Puntualidad**, se cumplirá a cabalidad con los plazos que se establezcan al momento del contrato, no habrá retrasos al acceder a la plataforma dado que se trata de un programador sistematizado.
- b) **Seguridad**, ofreceremos una base de trabajadores de campo con datos que serán custodiados bajo un medio de seguridad altamente eficiente apoyándonos e invirtiendo en un gran sistema para que estos datos no se filtren. Con esto las empresas podrán usar nuestra plataforma sin temor a caer en algún tipo de robo de información.
- c) **Compromiso**, manejaremos un correcto trabajo de equipo con capacitaciones constantes donde todos los colaboradores entiendan la importancia de estar comprometidos para otorgar un buen servicio a las agroexportadoras y sobre todo ser conscientes que solo con un verdadero compromiso la empresa podrá crecer.

d) **Responsabilidad Social**, mejorar las condiciones de vida en nuestra región e impulsar iniciativas que contribuyan al desarrollo de la comunidad.

e) **Respeto a nuestros colaboradores**, brindar todas las facilidades posibles para el óptimo desempeño en su trabajo y su crecimiento personal en el ámbito laboral.

3.4. Objetivos estratégicos generales:

La empresa AGROCHAMBA S.R.L. ha tenido por consiguiente plantear los siguientes objetivos:

a) Lograr una base de datos de 1500 personas en el primer trimestre del año.
b) Obtener contratos con las principales 5 principales empresas del sector agrícola en la región de Ica, en el primer semestre del año.

c) Contribuir con la formalización del empleo agrícola en la región.
d) Al ser pioneros en el servicio, esperamos mantenernos liderando frente a posibles nuevos competidores en los próximos 5 años.

e) En el transcurso del primer año, desarrollar nuevas aplicaciones para enriquecer el servicio.

f) Incrementar como mínimo un 10% anualmente en cuanto a la rentabilidad que nos genera la plataforma.

g) Culminado el primer año, elaborar un plan de responsabilidad social para desarrollar en la Región Ica.

3.5. Matriz FODA:

Realizamos el FODA de la Empresa AGROCHAMBA S.R.L. para poder conocer y diagnosticar la situación en donde nos encontramos y desarrollar nuestras estrategias en el corto plazo que nos permitirá cumplir nuestros objetivos.

Tabla N°6: Matriz FODA 2020

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
F1. Conocimiento del sector.	O1. Incremento de nuevas empresas del sector agrícola.
F2. Personal capacitado en temas legales.	O2. Ampliación de la ley 27360.
F3. Uso de la tecnología más actualizada.	O3. Programa Certijoven.
F4. Amplia red de contactos.	O4. Buenas relaciones con las áreas de RRHH.
DEBILIDADES	AMENAZAS
D1. Dependencia de programador externo.	A1. Coyuntura política actual.
D2. Limitada capacidad de endeudamiento.	A2. Inestabilidad económica.
D3. Poco capital de trabajo.	A3. Fenómeno del niño.
D4. Carencia de datos históricos. No existen presentes.	A4. Baja barreras de entrada que permite el ingreso de nuevos competidores.

Fuente: Elaboración Propia

- F1 CONOCIMIENTO DEL SECTOR:** Tenemos una experiencia de 10 años en el sector agrícola, donde se nos ha permitido conocer el manejo y problemáticas respecto al personal obrero, conocer las altas demandas y la complicada gestión del área de recursos humanos.
- F2 PERSONAL CAPACITADO EN TEMAS LEGALES:** Contamos con el respaldo de un estudio de abogados especialista en temas laborales y tributarios que se encargará del área legal.
- F3 USO DE LA TECNOLOGÍA MÁS ACTUALIZADA:** Dentro de la inversión que estaríamos realizando, el mayor porcentaje se encuentra enfocado en el uso de la tecnología cloud computing para tener un eficiente desarrollo y nuestra plataforma sea bastante atractiva para presentarla a los futuros clientes, además de disminuir para nosotros los costos que se considerarían si tuviéramos un espacio físico.
- F4 AMPLIA RED DE CONTACTOS:** Por el tiempo trabajado en el sector agrícola, contamos con una amplia base de datos que nos resulta útil para conseguir personal obrero con experiencia.

- **O1 INCREMENTO DE NUEVAS EMPRESAS DEL SECTOR AGRÍCOLA:** Esto beneficia al proyecto porque tendríamos clientes potenciales, al haber nuevas empresas la demanda se incrementará.

- **O2 AMPLIACIÓN DE LA LEY 27360:** Nos respalda para invertir en el sector ya que declara como interés prioritario la inversión y desarrollo del sector agrario.

- **O3 PROGRAMA CERTIJOVEN:** Este programa certifica la veracidad de la información que las empresas solicitan para ingresar a los puestos de trabajo.

- **O4 BUENAS RELACIONES CON LAS ÁREAS DE RRHH:** Se tiene una estrecha relación con los departamentos de RRHH de las principales empresas del sector que demandan estos servicios por el tiempo y experiencia desarrollada en el ámbito agrícola.

- **D1 DEPENDENCIA DE PROGRAMADOR EXTERNO:** Estamos considerando este punto como debilidad ya que, al ser una empresa nueva, al inicio contaremos con un programador externo para ahorrar costos, esto lo consideramos una debilidad, porque dependemos de su disponibilidad de tiempo, que sus costos pueden ser variables en función a la complejidad del problema que podría surgir, sin embargo, en un mediano plazo esperamos contar con un programador en nuestra planilla, con un sueldo fijo y un horario determinado.

- **D2 LIMITADA CAPACIDAD DE ENDEUDAMIENTO:** Consideramos este punto como un limitante, ya que al ser una empresa emergente no tenemos la suficiente experiencia crediticia para acceder a financiamientos importantes que nos permitan crecer, además de no conseguir las mejores tasas de interés por la poca o nula presencia en el sistema financiero.

- **D3 POCO CAPITAL DE TRABAJO:** Al ser una empresa joven y sin historial crediticio, estamos considerando casi todo el capital de trabajo como aporte propio, manteniéndonos expectantes de todo el apoyo y estímulo financiero que el gobierno pueda dar a las Pymes.

- **D4 CARENCIA DE DATOS HISTÓRICOS:** No existe en la actualidad empresas que se dediquen al mismo rubro que la empresa que presentamos en

proyecto, debido a la excesiva informalidad que hay, por este motivo no tenemos datos precisos.

- **A1 COYUNTURA POLÍTICA ACTUAL:** Por toda la coyuntural que vivimos en el país y la gran inestabilidad política, existe una amenaza considerable para invertir por cualquier evento que se pueda presentar.

- **A2 INESTABILIDAD ECONÓMICA:** Como país hemos crecido económicamente, sin embargo, tenemos siempre presente una inestabilidad considerable y al ser una empresa en proyecto sin historial crediticio y una reducida liquidez para invertir, corremos el riesgo de tener problemas financieros si no consiguiéramos lo proyectado.

- **A3 FENÓMENO DEL NIÑO:** Al ser una provincia con alto riesgo de desbordes y dedicándonos al sector agrario, existe siempre la amenaza de tener una demanda reducida por ciertas temporadas.

- **A4 BAJA BARRERAS DE ENTRADA QUE PERMITE EL INGRESO DE NUEVOS COMPETIDORES:** Al no existir restricciones para la puesta en marcha de la empresa, consideramos una amenaza latente la aparición de nuevos competidores, quizás con mayor experiencia y una mayor liquidez para invertir.

Tabla N°7: Estrategias FODA 2020

FACTORES INTERNOS FACTORES EXTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
		F1.Conocimiento del sector. F2.Personal capacitado en temas legales. F3.Uso de la tecnología más actualizada. F4.Amplia red de contactos.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
O1.Incremento de nuevas empresas del sector agrícola. O2.Ampliación de la ley 27360. O3.Programa CERTIJOVEN. O4.Buenas relaciones con las áreas de RRHH.	F1.O1. Estaremos atentos a la creación de nuevas empresas para ofrecer nuestro producto desde sus primeras necesidades. F3.O3. Utilizaremos la tecnología para ampliar nuestra información teniendo como base el programa Certijoven.	D2.O2. Aprovecharemos mejor el capital de trabajo para afrontar cambios que se puedan presentar en la Ley. D3.O3. Aprovecharemos que el Programa CERTIJOVEN entrega una constancia para garantizar la información.
AMENAZAS	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
A1.Coyuntura política actual. A2.Inestabilidad económica. A3.Fenómeno del niño. A4.Baja barreras de entrada que permite el ingreso de nuevos competidores.	F4.A.4. Fortalecer nuestra red de contactos con alianzas estratégicas que nos permita la continuidad del negocio. F1.A1. Monitorear los últimos acontecimientos políticos para adelantarnos a los posibles eventos que pueda repercutir en nuestro negocio.	D2.A2. Acceder a campañas financieras para mantener un correcto historial crediticio que nos permita crecer como negocio. D4.A4. Mantener en reserva la información que recabemos, evitando así el acceso a futuros competidores.

Fuente: Elaboración Propia

3.6. Estrategia Genérica de Porter:

3.6.1. Estrategia de diferenciación (No aplicable):

Tratándose de una empresa nueva, sin competidores formales en el mercado, estamos brindado un servicio diferenciado al informal que actualmente existe.

Conforme pase el tiempo y puedan surgir competidores formales, evaluaremos la posibilidad de crear pequeños cambios que brinden un valor diferenciado para mantener fidelizados a nuestros clientes.

3.6.2. Estrategia de Enfoque (Aplicable):

Esta es la estrategia que aplicaremos, ya que AGROCHAMBA está enfocada únicamente en el sector agrícola, donde hemos identificado una gran demanda de mano de obra especializada.

Aplicaremos esta estrategia, teniendo en cuenta que el mercado al que estamos orientados es pequeño y específico, lo cual nos permite responder a sus necesidades de forma eficiente.

3.6.3. Estrategia de Costos (No aplicable):

En esta estrategia el principal esfuerzo es en la creación del negocio, con el desarrollo de la plataforma, ya que, al ser una empresa nueva, nuestros costos serán elevados, debido a que buscaremos tener una excelente calidad para ser aceptados por nuestros futuros clientes. Ya con el pasar del tiempo y la adquisición de nuevos clientes, veremos la opción de minimizar los costos.

3.7. Cronograma de Actividades (Diagrama de GANTT):

Nuestro proyecto, “AGROCHAMBA” tendrá el siguiente cronograma para el desarrollo de sus actividades:

El inicio de operaciones está previsto para empezar a operar en el mes de enero.

Tenemos previsto tomar los dos primeros meses del año (enero y febrero) para desarrollar el estudio del proyecto, ya que al no tener mucha información por tratarse de un ámbito que no se encuentra muy estudiado consideramos necesario dedicarle un mínimo de dos meses para evaluar todo el mercado y encontrar clientes potenciales. Posterior a ello, tomaremos los meses siguientes (marzo y abril) para la constitución de la empresa, donde buscaremos asesoría legal, para elaborar la documentación necesaria en la notaria y elevar toda la documentación a registros públicos. También implementaremos las oficinas, con todo el mobiliario necesario y los espacios adecuados para el desarrollo de todas las actividades. Haremos la búsqueda y contratación del personal administrativo, personal operativo, este personal será necesario para el correcto desarrollo de nuestra empresa por lo cual pertenecerá a nuestra planilla laboral. Buscaremos también contar con un asesor legal y un contador,

además de una empresa que brinde soporte técnico y personas especializadas en capacitar en temas agrícolas, este personal será contratado eventualmente cuando se requieran sus servicios.

Para el mes de Mayo se tiene proyectado poner en marcha la plataforma y en el transcurso de los meses se irá alimentando la base de datos para ampliarla y depurar si es necesario al personal que no responda de manera eficiente a los requerimientos de quienes nos vayan a contratar, también contactaremos constantemente a las empresas dedicadas al sector agrario para ir ofreciendo nuestra plataforma y a las que ya hayan contratado nuestro servicio les iremos realizando algunas consultas para mantenernos informados del impacto que estamos generando además de evaluar las posibles mejoras que tengamos que considerar. Las charlas informativas y eventos para las empresas se irán realizando paulatinamente para conseguir un mayor mercado al que dirigimos y se irá gestionando al personal de acuerdo a los requerimientos de las empresas.

Tabla N°8: Diagrama de Gantt 2020

ACTIVIDADES	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Estudio del proyecto.												
Constitución de la empresa.												
Implementación de oficinas.												
Búsqueda y contratación de personal administrativo.												
Búsqueda y contratación de personal operativo.												
Búsqueda de asesor legal.												
Búsqueda de contador.												
Búsqueda de la empresa que brinde soporte técnico.												
Búsqueda de capacitadores en temas agrícolas y certificaciones.												
Puesta en marcha de la plataforma.												
Alimentación de la base de datos.												
Contactar a los clientes.												
Brindar charlas informativas / eventos para las empresas.												
Gestionar el personal de acuerdo a los requerimientos.												

Fuente: Elaboración Propia

CAPITULO IV

ESTUDIO DE MERCADO

4.1. Oferta:

Con respecto a la oferta que hay en el mercado, solo se ha identificado a personas informales que se dedican a juntar la cantidad de personal necesario para colocarlas en las empresas del sector agrario; estas personas se hacen llamar “jaladores”, se sabe que su modo de operar es entregando una lista a la empresa donde ofrecen el personal y a cambio cobran entre S/1.00 y S/1.50 tanto al obrero que colocan como a la empresa donde lo colocan, este cobro es por día y la variación se da por la escases de la mano de obra, adicional a esto se sabe también que hay muchos casos en donde se agrupan personas que se confabulan para hacer que el precio suba. Los jaladores también le cobran a la empresa un sueldo sin realizar ninguna función.

La principal desventaja que encontramos en el servicio que los jaladores brindan, es el abusivo cobro que realizan a las personas para colocarlas en lista, y la desproporcionada tarifa que cobran por cada persona colocada.

4.1.1. Competidores directos: Identificamos sólo a los jaladores, ya que no hay empresas que se especialicen a brindar este servicio.

4.1.2. Competidores potenciales: Consideramos que las páginas web que ofrecen trabajo podrían dedicarse también a crear un nuevo segmento en el que se enfoquen únicamente al sector agrario. Además de que las empresas dedicadas al sector agrario podrían también incorporar un área donde se dediquen a reclutar el personal adecuado para sus campañas.

Tabla N°9: Competidores directos y potenciales 2020

Competidores Directos		Competidores Potenciales	
Jaladores	Informalidad Cobros al personal colocado	Páginas que ofrecen trabajo (Computrabajo, Boomeran, etc.)	Estas páginas no contactan a las personas, lo hace el mismo usuario.
	Cobro a las empresas Renegociación de comisiones	Área creada por empresas del sector agrario	Delegan la responsabilidad a un reclutador interno.

Fuente: Elaboración Propia

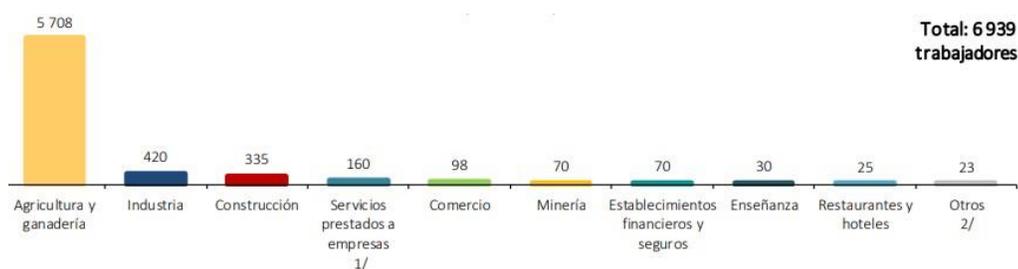
4.2. Demanda:

Actualmente se tiene una alta demanda debido a que las empresas del sector agrario no se dan abasto para encargarse de la búsqueda y reclutamiento del personal obrero y mucho menos de capacitarlo de manera correcta para desempeñar de la mejor manera las actividades a realizar, es por este motivo que en muchos casos el producto final termina dañándose, generando con esto pérdidas para la empresa. Consideramos que la demanda insatisfecha se encuentra principalmente en contar con un personal calificado para realizar las diferentes labores, dependiendo de la actividad principal de la empresa, por ejemplo; empaquetado, recolección de frutos, selección de productos para exportación, entre otros. Lo que planteamos con el proyecto AGROCHAMBA, es satisfacer estas necesidades, basándonos en conocer a detalle la demanda de mano de obra, para ello desarrollaremos una encuesta a las principales empresas dedicadas a la agro-exportación.

Esta información es respaldada por las siguientes fuentes de información: Fuente Primaria, encuesta de elaboración propia.

Fuente Secundaria, Encuesta de Demanda Ocupacional 2019 Región Ica (EDO), en donde en la página 7 se observa el gráfico N° 3, que el principal sector a contratar personal es Agricultura y ganadería.

Gráfico N°11: ICA personal a contratar según principales sectores económicos 2019



Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo

Así también en el gráfico N° 4 de la misma página indica que la ocupación más requerida es de peones de labranza y agropecuarios.

Gráfico N°12: ICA Ocupaciones más requeridas del personal a contratar 2019



Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo

4.2.1. Objetivo:

Obtener mayor información sobre los futuros clientes, evaluar la viabilidad de la creación de nuestra plataforma virtual y realizar un plan de marketing efectivo.

4.2.2. Metodología:

La metodología a utilizar será a través de métodos cuantitativos mediante fuentes de información primaria, usando como herramienta principal las encuestas, aplicando la fórmula para hallar la muestra con una población finita.

4.2.3. Determinación del tamaño de la muestra:

Nuestro nivel de confianza se está trabajando al 90% en base a nuestra experiencia, visitas realizadas a las diversas áreas de recursos humanos y nuestro universo es de 95 empresas, considerando el universo finito.

Fórmula de cálculo:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{E^2 * (N - 1) + (Z^2 * p * q)}$$

Donde:

Z = Nivel de confianza (Correspondiente con tabla de valores de Z).

p = Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado.

q = Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado = 1-p

• Cuando no hay indicación de la población que posee o no el atributo, se asume 50% para p y 50% para q.

N = Tamaño del universo.

E = Error de estimación máximo

aceptado. n = Tamaño de la muestra.

Tabla N°10: Datos de la muestra 2020

Ingreso de Datos	Valores de confianza tabla Z	
Z = 1.65	95%	1.96
p = 50%	90%	1.65
q = 50%	91%	1.7
N = 95	92%	1.76
E = 10%	93%	1.81
	94%	1.89

Fuente: Elaboración Propia

Aplicación de la fórmula de cálculo:

$$n = \frac{1.65^2 * 95 * 50\% * 50\%}{10\%^2 * 95 (- 1 + (1.65^2 * 50\% * 50\%))}$$

$$n = 40$$

En la Región Ica, se han encontrado más de 200 empresas del rubro agrario, muchas de ellas tienen su planta procesadora y sus campos propios, para efectos del estudio nos estamos centrando sólo en la Provincia de Ica, donde hemos identificado a 95 empresas formales, con las cuales buscamos trabajar a futuro.

Luego de aplicar la fórmula para hallar la muestra de una población finita, se obtuvo como resultado que debíamos encuestar a 40 empresas del sector agrario, con un margen de error del 10%.

Se contactó con las 40 empresas más representativas de la provincia de Ica, para poder encuestar y tabular luego los resultados que nos permitieran continuar con el estudio del presente proyecto.

El objetivo de esta encuesta es determinar la viabilidad de la puesta en marcha de todo este estudio realizado, conociendo de fuente primaria la existencia de una demanda insatisfecha.

4.2.4. Encuesta realizada para determinar la viabilidad:

La siguiente encuesta fue enviada al correo corporativo de 40 empresas que seleccionamos como nuestra muestra:

1. ¿Utiliza usted los servicios de un tercero para la captación del personal agrario?
 - a) Si
 - b) No
 - c) A veces
2. ¿Con qué frecuencia utiliza este servicio?
 - a) A veces
 - b) Nunca
 - c) Siempre
3. ¿Le emite algún comprobante de pago el intermediario que contrata?

- a) Mensual b) Quincenal c) Semanal

4.2.5. Resultados e interpretación:

A continuación, procederemos a detallar los resultados de la encuesta que elaboramos para que sea desarrollada por personal del área de RRHH de las empresas dedicadas al agro en Ica, ya que son ellos los encargados de la captación del personal:

Tabla N° 11: Pregunta 01 – Encuesta 2019

1.- ¿Utiliza usted los servicios de un tercero para la captación de personal agrario?		
Respuesta		%
Si	24	60.0%
No	7	17.5%
A veces	9	22.5%
Total Respuestas	40	100.0%

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

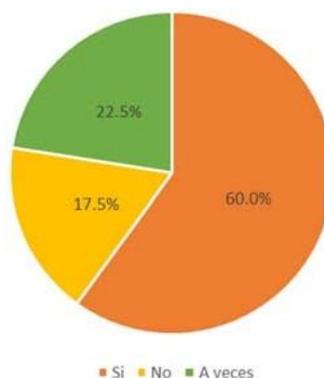
Los datos de la tabla anterior del cuestionario aplicado a nuestro público objetivo en general de la Provincia de Ica, con respecto a la pregunta: **¿Utiliza usted los servicios de un tercero para la captación de personal agrario?** podemos manifestar lo siguiente:

De un total de **40** encuestados que representan al 100%; **24** encuestados respondieron que **“Si**, representando el 60.0%

Mientras que **7** encuestados respondieron que **“No”** por lo que no utilizan servicios de un tercero, representando el 17.5%.

Al igual que **9** encuestados respondieron que **“A veces”**, representando 22.5%.

Gráfico N° 13: Pregunta 01 – Encuesta 2019



Fuente: Elaboración Propia

Conclusión:

Es entonces que se concluye que tenemos un público objetivo en la Provincia de Ica, ya que el 60% de encuestados si utilizan los servicios de un tercero para la gestión del personal y, solo 7 no se apoyan en un tercero para el reclutamiento de personal obrero.

Tabla N° 12: Pregunta 02 – Encuesta 2019

2.- ¿Con qué frecuencia utiliza este servicio?		
Rpta		%
A veces	13	39.4%
Nunca	5	15.2%
Siempre	15	45.5%
Total Respuestas	33	100.0%

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Los datos de la tabla anterior del cuestionario aplicado a nuestro público objetivo en general de la Provincia de Ica con respecto a la pregunta: **¿Con qué frecuencia utiliza este servicio?** podemos manifestar lo siguiente:

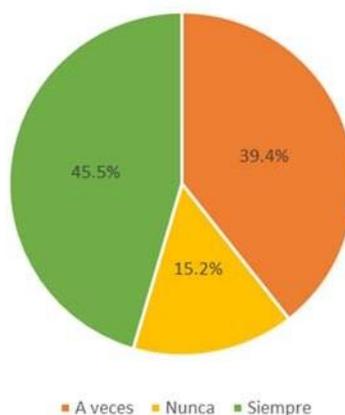
De un total de **33** encuestados que representan al 100%; **15** encuestados respondieron que “**Siempre**, representando el 45.5%

Mientras que **5** encuestados respondieron que un “**Nunca**” por lo que no

utilizan servicios de un tercero, representando el 15.2%.

Al igual que **13** encuestados respondieron que “**A veces**”, representando 39.4%.

Gráfico N° 14: Pregunta 02 – Encuesta 2019



Fuente: Elaboración Propia 2019

Conclusión:

Es entonces que se concluye que solo el 15.2% no contrata un tercero para reclutar personal obrero y, el 84.8% de las empresas las que con frecuencia de siempre y a veces requiere este servicio. Esto nos muestra que en la provincia de Ica tenemos un público objetivo.

Tabla N° 13: Pregunta 03 – Encuesta 2019

3.- ¿Te emite algún comprobante de pago el intermediario que contratas?		
Rpta		%
Sí	13	39.4%
No	16	48.5%
A veces	4	12.1%
Total Respuestas	33	100.0%

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Los datos de la tabla anterior del cuestionario aplicado a nuestro público objetivo en general del distrito de Ica con respecto a la pregunta: **¿Te emite algún comprobante de pago el intermediario que contratas?** podemos manifestar lo

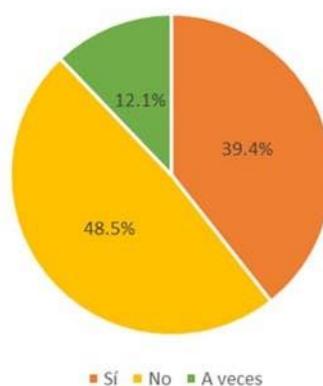
siguiente:

De un total de **33** encuestados que representan al 100%; **13** encuestados respondieron que “**Si**”, representando el 39.4%

Mientras que **16** encuestados respondieron que un “**No**” por lo que no utilizan servicios de un tercero, representando el 48.5%.

Al igual que **4** encuestados respondieron que “**A veces**”, representando 12.1%.

Gráfico N° 15: Pregunta 03 – Encuesta 2019



Fuente: Elaboración Propia

Conclusión:

Es entonces que se concluye que nuestro público objetivo del distrito de Ica si recibe un comprobante de pago por el intermediario que contrató.

Tabla N° 14: Pregunta 04 – Encuesta 2019

4.- ¿Cuánto tiempo dura tu campaña agrícola?		
Rpta		%
1-2 meses	5	15.2%
4-6 meses	23	69.7%
Más de 6 meses	5	15.2%
Total Respuestas	33	100.0%

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

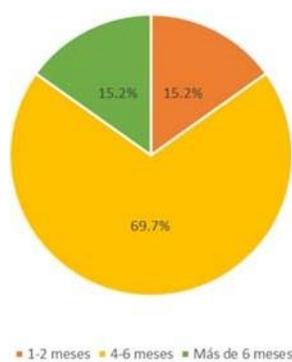
Los datos de la tabla anterior del cuestionario aplicado a nuestro público objetivo en general del distrito de Ica, con respecto a la pregunta: **¿Cuánto tiempo dura tu campaña agrícola?** podemos manifestar lo siguiente:

De un total de **33** encuestados que representan al 100%; **5** encuestados respondieron que su campaña dura de **“1-2 meses”**, representando el 15.2%

Mientras que **23** encuestados respondieron que su campaña dura de **“4-6 meses”**, representando el 69.6%

Al igual que **5** encuestados respondieron que su campaña dura **“más de 6 meses”**, representando 15.2%.

Gráfico N° 16: Pregunta 04 – Encuesta 2019



Fuente: Elaboración Propia

Conclusión:

Es entonces que se concluye que el mayor porcentaje de empresas agrícolas tiene una duración aproximada de 4 a 6 meses en campañas de alta demanda de personal obrero, representando el 69.7%.

Tabla N° 15: Pregunta 05 – Encuesta 2019

5.- ¿Aproximadamente cuántas personas contratas diariamente en la campaña agrícola?		
Rpta		%
100 - 200 Personas	9	27.3%
200 - 400 Personas	9	27.3%
Más de 400 Personas	15	45.5%
Total Respuestas	33	100.0%

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

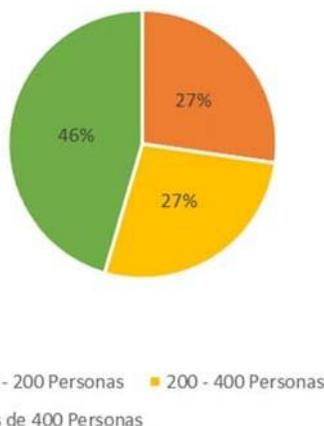
Los datos de la tabla anterior del cuestionario aplicado a nuestro público objetivo en general del distrito de Ica, con respecto a la pregunta: **¿Aproximadamente cuántas personas contratas diariamente en la campaña agrícola?** podemos manifestar lo siguiente:

De un total de **33** encuestados que representan al 100%; **9** encuestados respondieron que contratan **“100-200 personas”**, representando el 27.3%

Mientras que **9** encuestados respondieron que contratan **“200-400 personas”**, representando el 27.3%

Al igual que **15** encuestados respondieron que contratan **“más de 400 personas”**, representando 45.4%.

Gráfico N° 17: Pregunta 05 – Encuesta 2019



Fuente: Elaboración Propia

Conclusión:

Es entonces que se concluye que el mayor porcentaje de empresas agrícolas contrata más de 400 personas para desarrollar actividades agrícolas en campo, representando el 45.4%.

Tabla N° 16: Pregunta 06 – Encuesta 2019

6.- ¿El personal contratado es especializado en sus labores?		
Rpta		%
Sí	12	36.4%
No	7	21.2%
A veces	14	42.4%
Total Respuestas	33	100.0%

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

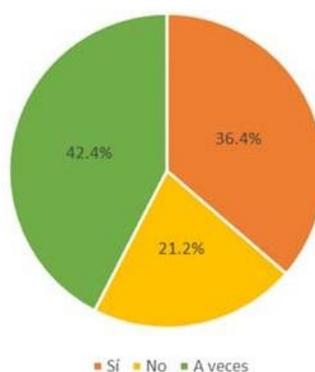
Los datos de la tabla anterior del cuestionario aplicado a nuestro público objetivo en general del distrito de Ica, con respecto a la pregunta: **¿El personal contratado es especializado en sus labores?** podemos manifestar lo siguiente:

De un total de **33** encuestados que representan al 100%; **12** encuestados respondieron que **“Si**, representando el 36.4%

Mientras que **7** encuestados respondieron que un **“No”** por lo que no utilizan servicios de un tercero, representando el 21.2%.

Al igual que **14** encuestados respondieron que **“A veces”**, representando 42.4%.

Gráfico N° 18: Pregunta 06 – Encuesta 2019



Fuente: Elaboración Propia

Conclusión:

Es entonces que se concluye que nuestro público objetivo de la provincia de Ica contrata personal especializado en sus labores, pero existe un mayor porcentaje que a veces cuenta con ello.

Tabla N° 17: Pregunta 07 – Encuesta 2019

7.- ¿Planifica usted la contratación del personal?		
Rpta		%
Sí	28	84.8%
No	3	9.1%
A veces	2	6.1%
Total Respuestas	33	100.0%

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

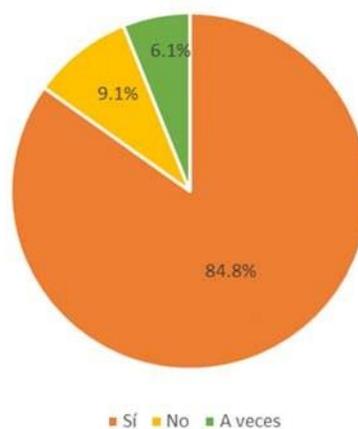
Los datos de la tabla anterior del cuestionario aplicado a nuestro público objetivo en general del distrito de Ica, con respecto a la pregunta: **¿Planifica usted la contratación del personal?** podemos manifestar lo siguiente:

De un total de **33** encuestados que representan al 100%; **28** encuestados respondieron que **“Si**, representando el 84.8%

Mientras que **3** encuestados respondieron que un **“No”** por lo que no utilizan servicios de un tercero, representando el 9.1%.

Al igual que **2** encuestados respondieron que **“A veces”**, representando 6.1%.

Gráfico N° 19: Pregunta 07 – Encuesta 2019



Fuente: Elaboración Propia

Conclusión:

Es entonces que se concluye que nuestro público objetivo de la provincia de Ica si planifica la contratación de personal para sus labores, representando el 84.8%.

Tabla N° 18: Pregunta 08 – Encuesta 2019

8.- Si la contratación de personal obrero se te dificulta y te ofrecemos una plataforma que te ofrezca la cantidad necesaria de personal especializado en actividades agrarias con capacitación, por un costo facturable ¿Estarías dispuesto a contratarlo?		
Rpta		%
Sí	28	84.8%
No	0	0.0%
Tal vez	5	15.2%
Total Respuestas	33	100.0%

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Los datos de la tabla anterior del cuestionario aplicado a nuestro público objetivo en general del distrito de Ica, con respecto a la pregunta: **Si la contratación de personal obrero se te dificulta y te ofrecemos una plataforma que te ofrezca la cantidad necesaria de personal especializado en actividades agrarias con capacitación, por un costo facturable ¿Estarías dispuesto a**

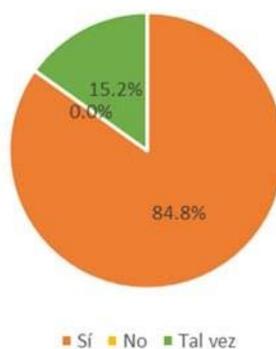
contratarlo? podemos manifestar lo siguiente:

De un total de **28** encuestados que representan al 100%; 33 encuestados respondieron que “**Si**”, representando el 84.8%

Mientras que **0** encuestados respondieron que un “**No**” por lo que no utilizan servicios de un tercero, representando el 0.0%.

Al igual que **5** encuestados respondieron que “**A veces**”, representando 15.2%.

Gráfico N° 20: Pregunta 08 – Encuesta 2019



Fuente: Elaboración Propia

Conclusión:

Es entonces que se concluye que nuestro público objetivo de la provincia de Ica si estaría dispuesto a contratar nuestro servicio, representando el 84.8% de los encuestados.

Tabla N° 19: Pregunta 09 – Encuesta 2019

9.- Teniendo en cuenta que el personal que te proporcionamos tienen capacitación básica de BPA y SSO, y también se entrega su hoja de registro de capacitación con las inducciones recibidas, con todo este beneficio adicional ¿Crees que el costo de captación de S/ 20.90 + IGV por persona estaría bien?, teniendo en cuenta que sería un único pago.		
Rpta		%
Si	25	75.8%
No	5	15.2%
Otros	3	9.1%
Total Respuestas	33	100.0%

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

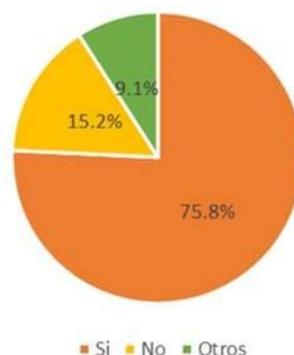
Los datos de la tabla anterior del cuestionario aplicado a nuestro público objetivo en general del distrito de Ica, con respecto a la pregunta: **Teniendo en cuenta que el personal que te proporcionamos tiene capacitación básica de BPA y SSO, y también se entrega su hoja de registro de capacitación con las inducciones recibidas, con todo este beneficio adicional ¿Crees que el costo de captación de S/ 20.90 + IGV por persona estaría bien?, teniendo en cuenta que sería un único pago.** podemos manifestar lo siguiente:

De un total de **33** encuestados que representan al 100%; **25** encuestados respondieron que “**Si**”, representando el 75.8%

Mientras que **05** encuestados respondieron que un “**No**” por lo que no utilizan servicios de un tercero, representando el 15.2%.

Al igual que **03** encuestados respondieron que “**Otros**”, representando 9.1%.

Gráfico N° 21: Pregunta 09 – Encuesta 2019



Fuente: Elaboración Propia

Conclusión:

Es entonces que se concluye que nuestro público objetivo de la provincia de Ica si considera que esta bien el costo de captación para el desarrollo de las actividades agrícolas que proponemos, representando el 75.8%.

Tabla N° 20: Pregunta 10 – Encuesta 2019

10.- Te gustaría que el personal cuente con capacitación adicional en alguna de estas certificaciones? ten en cuenta que estas capacitaciones serán dictadas por auditores en la materia y representarían un servicio adicional.		
Rpta		%
BPA	20	21.7%
BASC	14	15.2%
HACCP	17	18.5%
GLOBAL GAP	24	26.1%
SMETA	15	16.3%
OTROS	2	2.2%
Total Respuestas	92	100.0%

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Los datos de la tabla anterior del cuestionario aplicado a nuestro público

objetivo en general del distrito de Ica, con respecto a la pregunta, con respecto a la pregunta: **¿Te gustaría que el personal cuente con capacitación adicional en alguna de estas certificaciones? ten en cuenta que estas capacitaciones serán dictadas por auditores en la materia y representarían un servicio adicional** podemos manifestar lo siguiente:

De un total de **92** encuestados que representan al 100%; **20** encuestados respondieron que el personal cuente con la capacitación de “**BPA**”, representando el 21.7%

Seguido de **14** encuestados indicaron que el personal cuente con la capacitación de “**BASC**”, representando el 15.2%

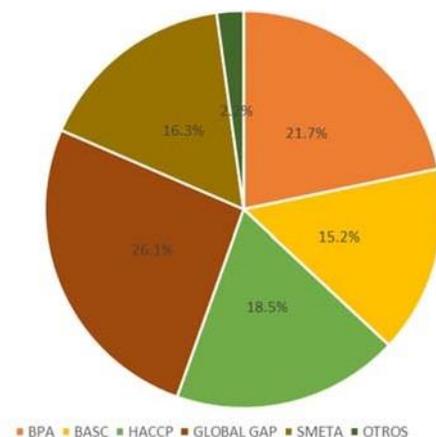
Luego **17** encuestados indicaron que el personal cuente con la capacitación de “**HACCP**”, representando el 18.5%

También **24** encuestados indicaron que el personal cuente con la capacitación de “**GLOBAL GAP**” representando el 26.1%.

Otro grupo de **15** encuestados indicaron que el personal cuente con la capacitación de “**SMETA**” representando el 16.3%

Y por último, **2** encuestados indicaron que el personal cuente con otro tipo de capacitaciones representando el 2.2%.

Gráfico N° 22: Pregunta 10 – Encuesta 2019



Fuente: Elaboración Propia

Conclusión:

Es entonces que se concluye que nuestro público objetivo de la provincia de Ica desea personal obrero para las labores agrícolas con capacitaciones previas y certificadas en temas de BPA y GLOBAL GAP principalmente.

Tabla N° 21: Pregunta 11 – Encuesta 2019

11.- ¿Cómo preferiría hacer el pago de este servicio:		
Rpta		%
Mensual	21	63.6%
Quincenal	5	15.2%
Semanal	7	21.2%
Total Respuestas	33	100.0%

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

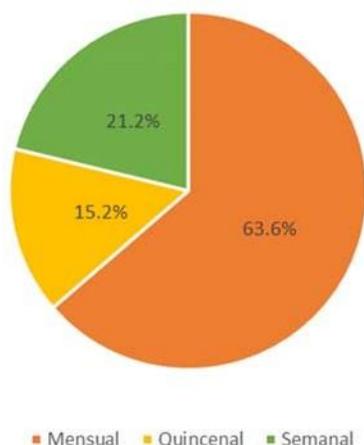
Los datos de la tabla anterior del cuestionario aplicado a nuestro público objetivo en general del distrito de Ica, con respecto a la pregunta: **¿Cómo preferiría hacer el pago de este servicio?** podemos manifestar lo siguiente:

De un total de **33** encuestados que representan al 100%; **21** encuestados respondieron que **“De manera mensual”**, representando el 63.6%

Mientras que **5** encuestados respondieron que un “**De manera quincenal**”, representando el 15.2%.

Al igual que **7** encuestados respondieron que “**De manera semanal**”, representando 21.2%.

Gráfico N° 23: Pregunta 11 – Encuesta 2019



Fuente: Elaboración Propia

Conclusión:

Es entonces que se concluye que nuestro público objetivo de la provincia de Ica preferiría realizar sus pagos de manera mensual, representando el 63.6%.

4.2.6. Interpretación de las encuestas:

Luego de las encuestas realizadas, podemos concluir que efectivamente existe una demanda en cuanto a contar con un personal capacitado para el desarrollo de las actividades agrarias. Se ve que el 82.5% de los encuestados si utilizan estos servicios, en este sentido se puede calcular que del universo de empresas en la provincia de Ica, **78** de ellas son nuestros clientes potenciales, los cuales potencialmente contratan **305** personas recurrentemente por campaña, lo que lleva a una demanda de **23,712** puestos de trabajo, además de confirmar que es un malestar bastante importante para las empresas el tener que lidiar con la

inestabilidad laboral debido a tanta informalidad presente en la actualidad por lo que el 84.9% contrataría este servicio.

También se observa que prefieren que el personal ya se encuentre capacitado preferentemente en certificaciones que son directas para actividades de campo como Global GAP 26.1%, y BPA (Buenas Prácticas Agrarias) 21.7%.

Con el recojo de los resultados, y las tabulaciones realizadas, concluimos que deberíamos continuar con el proyecto presentado, puesto que contamos con la aceptación de quienes serían nuestros posibles futuros clientes.

4.2.7. Determinación de la demanda potencial:

Para determinar la demanda de nuestro servicio, hemos tomado como referencia el resultado de nuestra encuesta y hemos calculado que del universo de empresas que hay en la Provincia, 78 empresas serian nuestros clientes potenciales.

Tabla N° 22: Datos de Cálculo de demanda Potencial

Número de Muestra	
95	Universo de empresas formales en Provincia Ica.
40	Empresas encuestadas.
33	Empresas respondieron que si estarían dispuestos a usar el servicio.

Fuente: Elaboración Propia 2019

Por una regla de 3 simples se determinó que la cantidad de empresas que estarían dispuestas a contratar personal de esta manera son 78 lo que equivale al 82.10% del universo de empresas formales dentro del rubro agrario que existen en la provincia de Ica.

Para determinar la demanda económica utilizamos la siguiente Formula:

$$Dp = n \times p^{\circ} \times q$$

Donde:

Tabla N° 23 Explicación de Datos de Fórmula de Demanda

Datos de Fórmula	
n	Población.
p	Precio Promedio que pagan cada vez que contratan.
q	Cantidad de veces que utiliza el servicio.

Fuente: Elaboración Propia 2019

Según los datos calculados se despaja los siguientes

valores 78 empresas dispuestas a contratar.

S/ 20.90 Precio dispuesto a

pagar. 3 campañas por año.

305 promedio de personas que requiere una empresa

Para obtener la demanda potencial expresada en dinero aplicamos la fórmula:

$$Dp = n \times p \times q$$

$$Dp = 78 \times (20.9 \times 305) \times 3$$

S/ 1,491,633.00 Demanda Potencial en dinero

Para obtener la demanda potencial expresada en personas aplicamos la fórmula:

$$Dp = n \times p \times q \quad Dp$$

$$= 78 \times 305 \times 3$$

71,370.00 Demanda de colocación de Personas al año

Para hallar el promedio de personas por empresa, se utilizó la pregunta 5 de la encuesta y sus valores se promediaron y multiplicaron por la cantidad de empresas que respondieron, luego se sumó todos los resultados y se dividió entre el total de empresas (33), dando como resultado 305 personas en promedio.

Tabla N° 24: Determinación de promedio de personas

PROMEDIO DE PERSONAL REQUERIDO BASADO EN LA PREGUNTA N° 5		
Respuesta	Cantidad	Personas Promedio
100 - 200 Personas	9	150 x 9 = 1,350
200 - 400 Personas	9	300 x 9 = 2,700
Más de 400 Personas	15	400 x 15 = 6,000
Total Respuestas	33	10,050 / 33 = 304.5
RESULTADO 305 PERSONAS		

Fuente: Elaboración Propia 2019

4.2.8. Determinación de la proyección de la demanda:

De acuerdo al dato obtenido por la Dirección Regional Agraria de Ica en su boletín Agrario Año 2 N°01 edición especial 2018 el tamaño de las hectáreas en la provincia de Ica es de 45,531, que comprende a 95 empresas formales, ahora de acuerdo a la cantidad de empresas que pueden contratar nuestros servicios (78) equivale para el año 2019 a 37,383 hectáreas cultivadas aproximadamente, la cual nos servirá como dato para la proyección de requerimiento de personal a contratar, según la tabla siguiente:

Tabla N° 25: Proyección de la demanda en los próximos 5 años

AÑOS	HECTAREAS CULTIVADAS	EMPLEOS
2019	37,383	71,370
2020	37,944	72,441
2021	38,513	73,527
2022	39,091	74,630
2023	39,677	75,750
2024	40,272	76,886

Fuente: Elaboración Propia 2019

CAPÍTULO V

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

5.1. Mercado

Nuestro mercado situado en la región Ica, exactamente en la provincia homónima, en los últimos años ha tenido un desarrollo económico en diversos sectores: como la minería, construcción, pesquería, agricultura, etc.

Ica es una de las regiones con mayor crecimiento en nuestro país, ubicándose en el 2018 como la región más competitiva del Perú y la tercera con el mayor PBI per cápita. Nuestra región es impulsada principalmente por la agricultura que es uno de los sectores económicos más dinámicos y con mayores perspectivas de crecimiento año a año.

Por otro lado, la agro exportación, cuyo desarrollo ha significado una importante fuente de empleo para los ciudadanos y la disminución de la pobreza, mejor estilo de vida, mayor capacidad de consumo, un dinamismo en la economía del día a día. Ica es un ejemplo de avance y progreso que se debe preservar, tanto el gobierno nacional y regional deben coordinar esfuerzos para que este sector siga desarrollándose.

También lo que se busca es la eliminación de la informalidad y ordenamiento laboral en el sector agrario, es sumamente importante para poder cumplir todas las normas de salud ocupacional en las empresas, normas internacionales laborales, seguros de vida ley, etc.

Es allí, que en nuestra propuesta como “AGROCHAMBA” queremos enfocarnos como una plataforma con una base de datos de colaboradores capacitados y calificados para las labores de producción en cualquier empresa agrícola de la región Ica. Queremos ser un aliado estratégico para nuestros futuros clientes, ya que seremos el intermediario entre la empresa y el personal brindado. Dentro de nuestro público objetivo, están las empresas agrícolas de la Provincia Ica. Situadas en las pampas de Villacuri, San Juan Bautista, Los Aquijes, Pachacutec, etc., ya que es a ellos a quien le ofreceremos nuestro servicio.

Existen muchos retos aun en nuestra ciudad, como lograr que se ejecuten los proyectos de infraestructura hidráulica que le den la sostenibilidad al agua para las ciudades y que permitan un desarrollo sostenible de esta industria, la transformación del puerto de Pisco (San Martín) como vía para las exportaciones del agrario de la región sur y la culminación de la autopista hasta Ica.

5.2. Marketing Mix

5.2.1. Servicio

La plataforma que ofrecemos brinda la gestión del personal obrero, que necesite las empresas agrícolas para cumplir con todas sus actividades de campo, tanto de cosecha, como post cosecha “AGROCHAMBA S.R.L.”

La base de datos con la que contaremos, estará conformada por personal con experiencia en labores de campo y packing que además recibirá una constante capacitación de cómo mejorar sus procesos, siempre que nuestros clientes lo soliciten, dichas capacitaciones serán brindadas por especialistas y se buscará contar con un amplio espacio, el cual será alquilado una o dos veces por mes para organizar a todo el personal que manejaremos en la plataforma y puedan ellos recibir una correcta capacitación. Nuestra plataforma recibirá el requerimiento de la cantidad de personal que una empresa necesite con las especificaciones de las labores que se tendrán que realizar y en base a ello nosotros nos encargaremos de enviar al personal que consideremos adecuado para cumplir con esas funciones.

Por eso en “AGROCHAMBA S.R.L.” construimos un esquema de destaque o dotación de personal que se adapte a los requerimientos de cada empresa dentro de un estricto cumplimiento de las leyes y derechos de los trabajadores. A este personal los reclutaremos a través de las redes sociales, pegado de afiches en puntos estratégicos de la ciudad, la visita de nuestros reclutadores a zonas donde viven ellos para de esta manera concientizarlos y darles a conocer mejores ofertas laborales con todos los beneficios de ley y detener la deserción de colaboradores en el sector agrícola. Para ello los invitaremos a un

compartir realizado por nosotros en un hotel que nos brinde las comodidades para congregar a las personas solicitadas por las empresas y reclutar el personal necesario para la mano de obra.

Adicionalmente a la dotación de personal que brindaremos como “AGROCHAMBA” están las capacitaciones en diversas certificaciones agrícolas y de trabajo que brindaremos, las cuales son:

- BPA
- BASC
- HACCP
- GLOBAL GAP
- SMETA

En “AGROCHAMBA S.R.L.” garantizaremos una baja rotación de personal ya que enviaremos personal capacitado en las actividades que se necesiten, así también tendremos personas en espera para cubrir los puestos que hayan dejado el personal por cualquier motivo, así también garantizaremos al personal que las empresas a donde se les referirán les darán las condiciones adecuadas para poder cumplir con sus labores y así se sientan conformes tanto el trabajador como el empleador.

Nuestra metodología de servicio contempla será nuestro valor agregado a través de etapas que nos permiten asegurar un profundo entendimiento del servicio, mediante reuniones, revisión de su información operativa, legal y corporativa. Esto nos ayuda a poder ejecutar nuestros proyectos de una manera sólida y anticiparnos a las necesidades de servicio.

Mantendremos una conversación previa para entender su necesidad, alinear expectativas y poder presentarle un enfoque de solución que se ajustar a lo requerido, en un plazo no mayor a una semana.

Nuestro logo, fue creado con una paleta de colores acorde al mercado que nos estamos enfocando como es el sector agrario y en su mayoría predomina el

color verde en sus diversos tonos. De fondo está el color naranja que es la tonalidad recurrente en las dunas iqueñas. Con respecto a la simbología como es un tractor, nos inspira el trabajo agroexportador, siembra, cosecha y operativo en el campo. Por otro lado, el sol radiante en tonos amarillos nos indica lo soleado que es nuestra ciudad, ya que somos una empresa de origen iqueño. Los círculos inspiran seguridad y orden, ya que es la forma predeterminada para los trabajos y futuros proyectos venideros. El eslogan que usaremos es: “tu mejor aliado”, ya que buscamos ser el nexo entre empresa-colaborador y así ambos logren sus objetivos planteados. Con lo explicado, podemos definir que nuestro logo es un *imagotipo* con el cual queremos generar un impacto positivo y mantenernos vivos en la mente de nuestros clientes para poder fidelizarlos.

Grafico N° 24: Logo de la Empresa “AGROCHAMBA S.R.L.”



Fuente: Elaboración propia 2019

5.2.2. Precio

Dado que no tenemos una competencia formal, no contamos con un precio referencial del cual poder guiarnos, sólo se conoce las comisiones que cobran los jaladores informales que está basada en S/1.50 diario por cada persona, S/ 45 soles al mes por persona, además de un jornal de S/1100.00 sin desempeñar ninguna labor en la empresa, con esto obtenemos como dato referencial, que el pago que realiza la empresa por un jalador que le brinde a 200 personas para una campaña mensual, le cuesta en promedio S/10,100.00 a la empresa.

Basados en esta competencia informal que es la única identificada en la actualidad, planteamos un precio inicial de S/20.90 por persona y como único pago (Plan Agro 1) y S/ 25.90 por persona como único pago (Plan Agro 2), estas 2 alternativas se diferencian por el nivel de capacitación que tengan las personas a colocar, para que las empresas que contraten nuestros servicios, elijan el que más se acomode a sus necesidades y requerimientos de acuerdo su campaña. Los planes que ofreceremos son los que mostraremos en la siguiente tabla:

Tabla 26: Planes AGROCHAMBA

PLANES AGROCHAMBA	
PLAN AGRO 1	PLAN AGRO 2
Capacitación Básica: BPA	Capacitación Básica: BPA SSO SMETA Y BASC GLOBAL GAP BRC
Costo Unitario S/ 20.9	Costo Unitario S/ 25.90
No incluye IGV	No incluye IGV

Fuente: Elaboración Propia 2020

Estos planes han sido elaborados pensando en brindarles una opción de orden a las empresas que contraten nuestros servicios, y no sigan pagando diario

por cada persona que un “jalador” le consigue. El precio de cada plan elaborado será pagado mensualmente, emitiendo los comprobantes de pago solicitados por ley. De esta manera, contribuimos con el fortaleciendo del mundo agrícola y evitamos también la deserción de personal.

5.2.2.1. Formas de Pago:

La empresa “AGROCHAMBA S.R.L.” permitirá que nuestros clientes paguen a través de depósito a nuestra Cta. Cte. (online) o transferencias interbancarias antes de la gestión del personal solicitado. También aceptaremos cheques no negociables o cheques de gerencia.

5.2.2.2. Comprobantes de Pago:

Siendo contribuyentes sujetos al Régimen MYPE tributario, podemos emitir los siguientes comprobantes de pago: facturas, boletas de ventas y tickets o cintas emitidas por máquinas registradoras.

5.2.3. Plaza:

Nuestra empresa “AGROCHAMBA S.R.L.” al ser una empresa de servicio, utilizaremos directamente el canal de distribución de comunicación directa ya que no contaremos con intermediarios. El primer paso para nuestra empresa es elaborar una amplia base de datos con personal calificado para desarrollar actividades agrarias, luego se tendrá que brindar una capacitación constante que nos mantenga actualizados en los procesos agrícolas.

El siguiente paso será coordinar con las empresas del sector agrícola la cantidad de personas que requiera para trabajo en campo o packing y concretar el modo de embarque, el cual será asumido por la misma empresa, quienes definirán la hora de partida y de regreso.

Aplicaremos las estrategias del *B2B - Business to Business* (empresa a empresa), ya que ofreceremos nuestro servicio al mercado corporativo la finalidad

es establecer relaciones personales, con las que poder reforzar el prestigio y la identidad de la marca. Es decir, transmitir el valor de la empresa. La estrategia se centra en transmitir cómo nuestro servicio ayuda a los clientes a ahorrar en tiempo, recursos y dinero.

Gráfico N° 25: Canal de distribución



Fuente: Elaboración propia Año 2020

5.2.4. Promoción:

Para el inicio de nuestra empresa haremos de manera intensiva el trabajo de campo la cual será nuestra principal forma de promoción (visita a empresas) generaremos charlas *in situ* para de esa manera dar a conocer nuestro servicio a las diversas empresas agrícolas de la provincia de Ica, nuestro equipo de asesores y reclutadores concertaran visitas de manera personalizada a los empleadores, gerentes, áreas de RRHH, llamadas, reuniones, se recogerán datos de sus requerimientos, solicitudes, en el corto, mediano y largo plazo. Buscaremos participación masiva en diversas ferias laborales, agrícolas, empresariales, de exportación, pública o privadas para de esa manera generar visibilidad de nuestro negocio.

Por otro lado, tendremos presencia en algunas redes sociales de manera institucional como Facebook, LinkedIn ya que son las más usadas en el mundo empresarial, de igual manera manejaremos la base de datos a través de nuestra plataforma web en donde señalaremos toda la información de nuestra empresa generando así una comunicación más digital con nuestro cliente muy acorde con

estos tiempos de globalización y competitividad.

5.3. Formulación Estratégica ANSOFF:

Esta matriz se utilizó para identificar las estrategias de marketing más adecuadas que puedan servir para captar el mayor número de cliente potenciales, así como posicionar “AGROCHAMBA S.R.L.” como una empresa facilitadora del personal idóneo para las diversas actividades agrícolas en la región de Ica.

Tabla 27: Cuadro de ANSOFF

		PRODUCTOS	
		ACTUALES	NUEVOS
MERCADOS	ACTUALES	PENETRACIÓN DE MERCADO: Charlas informativas para RRHH y publicidad en redes.	DESARROLLO DE PRODUCTOS: Desarrollo de nuevos planes y modificación de los actuales.
	NUEVOS	DESARROLLO DE MERCADOS: Participar en ferias agrícolas regionales y publicidad en la región.	DIVERSIFICACIÓN: Incursionar en nuevos ámbitos.

Fuente: Elaboración propia 2020.

- Penetración de mercados:** Buscaremos ingresar al mercado haciéndonos conocidos por la publicidad que desplegaremos en redes sociales además de publicidad en páginas web con temas relacionados al agro, también realizaremos charlas informativas a la que invitaremos al área de recursos humanos de las empresas que consideramos nuestros clientes potenciales, para que puedan conocer a profundidad el funcionamiento y conozcan los beneficios de utilizar nuestra plataforma.
- Desarrollo de productos:** De acuerdo a como vayamos creciendo y ganando acogida con las empresas buscaremos incrementar y modificar nuestros planes o crear nuevos planes, de acuerdo a los requerimientos que vayamos conociendo gracias a nuestros clientes y de esta manera darles más opciones, ya sea de capacitaciones extraordinarias o un personal más especializado en las funciones que requieran. Además de complementar nuestro servicio con el de transporte del personal que colocamos

- **Desarrollo de mercados:** Buscaremos llegar a nuevos mercados, para no estar enfocados solo en la provincia de Ica, sino también en toda la región, para esto participaremos en ferias agrícolas regionales donde podremos mostrar nuestra plataforma, sus beneficios y algunos testimonios de los clientes que ya nos conozcan y recomienden. Incrementaremos la publicidad de forma masiva, para llegar a otros destinos regionales.
- **Diversificación:** Proyectamos en un mediano plazo, incursionar en la gestión de personal en otros ámbitos, como por ejemplo construcción, minería, pesquería, entre otros.

5.4. **Proyección de Ventas:**

El cuadro nos muestra, nuestra proyección de ventas que se harán mensualmente en “AGROCHAMBA S.R.L.”, al considerar los servicios que ofreceremos a nuestro público objetivo, detallado con su respectivo precio y las cantidades a expender, como punto de partida primero se analizaron los meses donde hay más demanda, enero, febrero, marzo, abril, agosto, setiembre, octubre, noviembre, diciembre.

Tabla N° 28: Proyección De Ventas AGROCHAMBA (expresado en soles)

PLANES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
PLAN AGRO 1 (S/ 20.9 POR PERSONA) 60%	11,286	11,286	11,286	11,286	5,016	5,016	5,016	11,286	11,286	11,286	11,286	11,286	116,622
PLAN AGRO 2 (S/ 25.9 POR PERSONA) 40%	9,324	9,324	9,324	9,324	4,144	4,144	4,144	9,324	9,324	9,324	9,324	9,324	96,348
SUB TOTAL DE VENTAS	20,610	20,610	20,610	20,610	9,160	9,160	9,160	20,610	20,610	20,610	20,610	20,610	212,970
IGV (18%)	3,710	3,710	3,710	3,710	1,649	1,649	1,649	3,710	3,710	3,710	3,710	3,710	38,335
VENTAS TOTALES	24,320	24,320	24,320	24,320	10,809	10,809	10,809	24,320	24,320	24,320	24,320	24,320	251,305

Fuente: Elaboración propia Año 2020

A continuación, se presenta la tabla de proyección de personal a colocar, donde se detalla la cantidad de personal que estaríamos colocando a nuestros clientes en los meses correspondientes.

Tabla N° 29: Proyección De Colocación De Personal AGROCHAMBA

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
PERSONAS A COLOCAR	900	900	900	900	400	400	400	900	900	900	900	900	9300

Fuente: Elaboración propia Año 2020

Tabla N° 30: Proyección De Ventas Anualizadas (expresado en soles)

PLANES DE VENTA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PLAN AGRO 1 (S/ 20.9 POR PERSONA) 60%	116,622	122,453	134,698	154,903	185,884
PLAN AGRO 2 (S/ 25.9 POR PERSONA) 40%	96,348	101,165	111,282	127,974	153,569
SUB TOTAL DE VENTAS	212,970	223,619	245,980	282,877	339,453
IGV (18%)	38,335	40,251	44,276	50,918	61,102
VENTAS TOTALES	251,305	263,870	290,257	333,795	400,554

Fuente: Elaboración propia Año 2020

CAPÍTULO VI

PLAN TÉCNICO

6.1. Localización de la empresa (Matriz de Focalización):

Para el análisis de localización hemos realizado una matriz donde se ha evaluado 3 alternativas, las cuales se muestra a continuación:

Tabla N°31: Matriz de Localización

Factores	%	Local 1	Puntaje	Local 2	Puntaje	Local 3	Puntaje	Calificación	Descripción
Seguridad	20%	5	1	2	0.4	1	0.2	1	Muy Malo
Cercanía a Mano de Obra	40%	3	1.2	2	0.8	3	1.2	2	Malo
Costos Alquiler	20%	5	1	4	0.8	4	0.8	3	Regular
Acceso a Servicios de Internet	20%	2	0.4	4	0.8	4	0.8	4	Bueno
Total	100%		3.6		2.8		3	5	Muy Bueno

Local 1 : Avenida León de Vivero km 298.5 (frente al Grifo

Etransa) Local 2 : Urb. San Antonio D-7 Ica,cercado

Local 3 : Av. Tupac Amaru 499 Ica, cercado

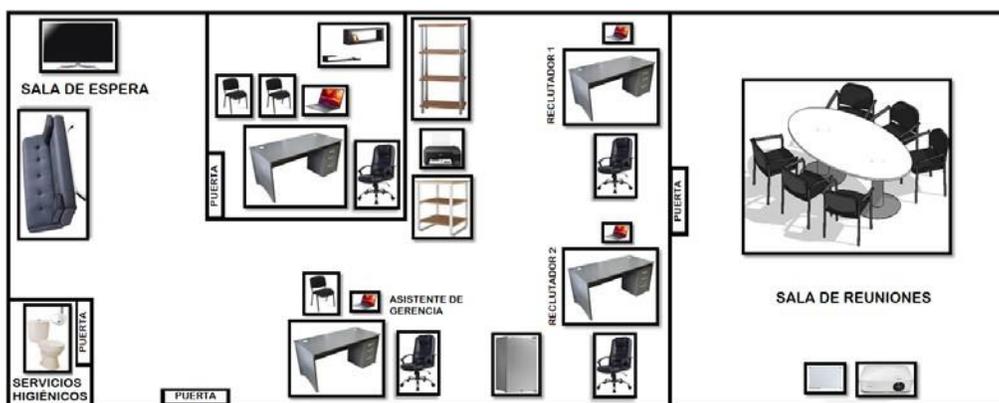
Fuente: Elaboración Propia 2020

Según el resultado de la matriz, nuestra empresa estará ubicada en un mini departamento situado en el Avenida León de Vivero Km 298.5 (frente al Grifo Etransa), en la ciudad de Ica, el cual tiene el beneficio de estar muy cerca al punto de encuentro de todo el personal obrero para ir a sus empresas, además cuenta con las facilidades de acceso y una cancha deportiva muy cerca que podemos alquilar para brindar capacitación al personal.

6.2. Tamaño del Negocio (Layout):

En nuestra capacidad instalada por tratarse de una empresa de servicios, tendremos solo un aforo de 9 personas considerando que 4 serán trabajadores y 5 visitantes que estarán tan sólo los minutos que dure la inscripción.

Gráfico N°26: Layout de la oficina de AGROCHAMBA S.R.L.



Fuente: Elaboración Propia 2020

Como podemos apreciar en nuestro layout tenemos la puerta por donde ingresará tanto el personal como las visitas que podamos recibir en la empresa, estas personas serán recibidas por el asistente gerencial.

Los ambientes que tendremos, serán los siguientes:

La sala de espera, donde contaremos con un sofá lo suficientemente largo para la comodidad de los visitantes al establecimiento, además de tener un televisor que estará prendido siempre proyectando un resumen de nuestros servicios, sin embargo, el cliente tendrá la disposición de poner algo de su preferencia, frente a ello estará ubicado el servicio higiénico que contará con un inodoro y un lavadero de manos.

La oficina del gerente será cerrada, tendrá un escritorio donde irá la laptop y cajones para guardar documentos, este ambiente contará también con una repisa flotante, dos sillas para las visitas que pueda recibir y una silla giratoria para él.

El área de operaciones, donde estarán ubicados los dos reclutadores y el asistente de gerencia, este ambiente contará con 3 escritorios, 3 laptops y 3 sillas giratorias respectivamente, además de una repisa donde se guardarán documentos físicos, una mesa con dos divisiones para colocar la impresora multifuncional y las hojas bond. El asistente de gerencia tendrá una silla para recibir al cliente de ser necesario. En este ambiente también habrá un frigobar para poder ofrecerles

algo de beber a las personas que se encuentren en la oficina.

El último espacio será una sala de reuniones, donde tendremos una mesa para 6 personas, las sillas y un proyector para la información que debamos mostrar y una pizarra acrílica para escritos que sean necesarios. Este ambiente será para reuniones muy puntuales con ciertos clientes y las reuniones semanales, mensuales y trimestrales que deban desarrollarse para el cumplimiento de objetivos propuestos en la empresa.

6.3. Necesidades:

Aquí detallaremos todas las necesidades para el correcto funcionamiento de la empresa AGROCHAMBA S.R.L.

Estará detallado el equipo que necesitaremos además de las cantidades de cada uno y un precio promedio en mercado.

En el siguiente mencionaremos los requerimientos del establecimiento para todas las áreas de la empresa, desde los útiles de escritorio hasta los muebles y enseres, el cuadro contará con una imagen referencial.

Tabla N° 32: Cuadro de necesidades AGROCHAMBA (expresado en soles)

REQUERIMIENTO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL	IMAGEN REFERENCIAL
Escritorios	4	Melamina de 60 x 150 cm	S/200	S/800	
Sillas Estáticas	9	Sillas básicas	S/70	S/630	
Sillas Giratorias	4	Silla Giratorias	S/120	S/480	
Computadoras Portátiles	1	Laptop Marca HP Procesador Intel Core i5 MODELO 13-AN1011LA	S/2,400	S/2,400	
Computadoras Portátiles	3	Laptop Marca Lenovo Procesador Intel Core i3 MODELO L340	S/1,500	S/4,500	
Celulares	4	Celular XIAOMI A3	S/500	S/2,000	
Tablet	4	Tablet Lenovo Tab3 7"	S/500	S/2,000	
Televisor 43"	1	Televisor AOC SMART FHD 43" FULL HD	S/849	S/849	
Oficinas	1	Oficinas céntricas con estacionamiento cerca, con 1 baño y cuatro espacios independientes	S/1,000	S/1,000	
Impresora	1	Impresora Multifunción BROTHER DCP- T510W	S/895	S/895	
Estante 2 espacios	1	Estante de 02 repisas	S/100	S/100	
Estante 4 espacios	1	Estante de 02 repisas	S/100	S/100	
Mueble para impresora	1	Mueble de impresora de 50 cm x 1 mt	S/150	S/150	
Sofá	1	Sofá básico de 4 cuerpos	S/600	S/600	
Pizarra	1	Pizarra acrílica de 1.20 x 2.40 mts	S/200	S/200	
Útiles de Oficina	1	Útiles de Oficina para la capacitación	S/100	S/100	
Plumones	4	Plumones para pizarra acrílica	S/4	S/16	
			TOTAL	S/16,820	

Fuente: Elaboración Propia 2020

En el siguiente cuadro detallaremos la mano de obra necesaria para el desarrollo de las actividades.

Tabla N°33: Requerimiento de personal AGROCHAMBA (expresado en soles)

REQUERIMIENTO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES TECNICAS	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL TOTAL
GERENTE GENERAL	1	ADMINISTRADOR CON EXPERIENCIA EN VENTAS DE INTANGUIBLES	2,812	2,812
ASISTENTE DE GERENCIA	1	ADMINISTRADOR	1,586	1,586
RECLUTADOR	2	TECNICO ADMINISTRATIVO CON EXPERIENCIA EN RECLUTAMIENTO DE PERSONAL	1,953	3,907
				8,304

Fuente: Elaboración Propia 2020

6.4. Costos directos e indirectos:

6.4.1. Costos directos:

Se refiere a los gastos que tienen directa relación con las operaciones para poder llevar a cabo las actividades de la empresa, como el pago del personal reclutador y capacitador externo. La suma mensual total asciende a S/ 4,907 que considera el pago de 2 reclutadores y 1 capacitador externo a todo costo, el cual se encargará de llevar todos los materiales esenciales para el desarrollo de su capacitación. La suma trimestral de este personal, es de S/ 14,720.

Tabla N°34: Costos directos de AGROCHAMBA S.R.L. (expresado en soles)

COSTOS DIRECTOS	COSTO POR MES	TOTAL 1 TRIM
RECLUTADORES (2)	3,907	11,720
CAPACITADOR EXTERNO	800	2,400
ALQUILER DEL LOCAL CAPACITACION	200	600
TOTAL COSTOS DIRECTOS	4,907	14,720

Fuente: Elaboración Propia 2020

6.4.2. Costos indirectos:

En la Tabla N° 35 se detalla el costo indirecto donde encontraremos los gastos que no están relacionados con la operación de la empresa como el personal externo lo cual será variables (hemos considerado un promedio).

La suma total asciende S/ 7,649 soles mensuales y anual a S/ 91,793 soles.

Tabla N°35: Costos indirectos AGROCHAMBA S.R.L. (expresado en soles)

COSTOS INDIRECTOS	COSTO POR MES	TOTAL 1 TRIM
SERVICIO DE LUZ	120	360
SERVICIO DE AGUA POTABLE	26	77
INTERNET	80	240
PLAN POST PAGO-CELULARES (4 LINEAS)	160	479
ALQUILER DEL LOCAL	800	2,400
ARBITRIOS MUNICIPALIDAD DISTRITAL	45	135
MANTENIMIENTO LOCAL	200	600
ARTICULOS DE LIMPIEZA	60	180
ARTICULOS DE OFICINA	100	300
GERENTE GENERAL	2,812	8,435
ASISTENTE DE GERENCIA	1,586	4,757
CONTADOR EXTERNO	250	750
ASISTENTE LEGAL EXTERNO	250	750
PAGO DEL ALQUILER DEL SERVIDOR Y MANEJO DE SISTEMA	650	1,950
SOPORTE TÉCNICO EXTERNO	250	750
SERVICIO PUBLICITARIO	250	750
FICHAS DE REGISTRO	12	36
TOTAL COSTOS INDIRECTOS	7,649	22,948

Fuente: Elaboración Propia 2020

6.5. Proceso de producción u operación (Diagrama de flujo):

A continuación, mostramos el proceso a seguir de comercialización de nuestro servicio brindado:

- **Inicio:** Contacto de posibles clientes que requieran de nuestro servicio.
- **Necesidad del cliente:** Captar la necesidad de las empresas agrícolas, campañas de siembra, cosecha, etc.
- **Selección de Personal en Base de Datos:** se realiza una búsqueda de personal que cumpla con las necesidades del cliente, experiencia, actividades a realizar.
- **Llamado a personal:** Se realiza el llamado a las personas que cumplen con las características del cliente y se agenda una cita.
- **Cita para capacitación:** se hacen las coordinaciones para separar el local y la hora de la capacitación, así también, se pone en contacto con el capacitador para el dictado de la charla.
- **Envío de Personal al cliente:** Luego de haber pasado por todo el filtro y capacitación se envía al personal solicitado al cliente.

- **Seguimiento de Asistencia:** el reclutador hace la visita o llama al cliente para validar la asistencia del personal enviado.
- **Emite Factura:** Una vez que los trabajadores se encuentren instalados y trabajando en la empresa solicitante, se emite la factura para ser cobrada de acuerdo a los plazos establecidos entre ambas partes. Y se concluye con la venta de nuestro servicio.

Gráfico N°27: Flujo de comercialización AGROCHAMBA

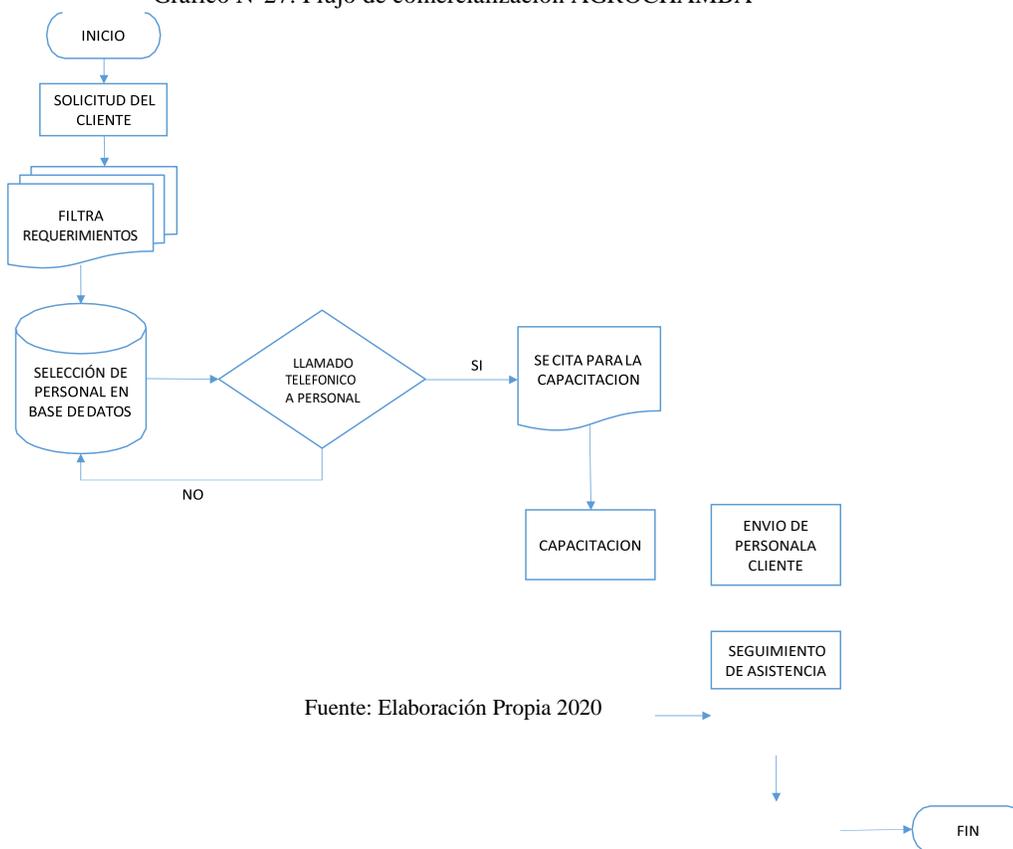
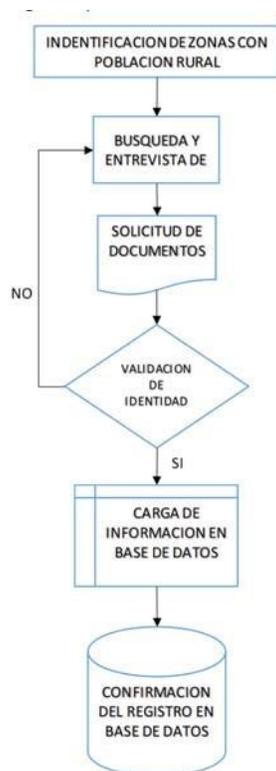


Gráfico N°28: Proceso de búsqueda y reclutamiento de personal AGROCHAMBA



Fuente: Elaboración Propia 2020

6.6. Certificaciones necesarias:

AGROCHAMBA S.R.L. al ser una empresa de servicios, no nos piden certificados adicionales a los que la ley nos exige como los siguientes:

- **Certificado de INDECI (defensa civil):** Es un documento en el cual consta que el Establecimiento Objeto de Inspección cumple con las condiciones de seguridad. Para obtener el Certificado de Defensa Civil depende del Nivel de Riesgo del Establecimiento, el cual viene determinado en la Matriz de Riesgo.

- **Certificado de Sanidad (fumigación):** Brindado por empresas especializadas en fumigación por pulverización, fumigación con gel y nebulización. Estos procedimientos son reconocidos por su bajo nivel de toxicidad; incluso pueden ser aplicados en presencia de personas y la emisión de dicho certificado validado por el MINSA.

- **Certificado vigente de extintor:** El Minsa considera y recomienda que los extintores deben ser ubicados en lugares del local de fácil acceso e identificables y de clase A (oficinas) no puede tener obstáculos y deben estar en sus mejores condiciones colocándose a una altura de 1.30 metros. Usualmente quien lo vende, es el mismo la que lo recarga de la emisión del certificando valido por un año.

6.7. Impacto en el medio ambiente:

Nuestra empresa “AGROCHAMBA S.R.L.” al ser una empresa de servicio que ofrece captación, reclutamiento y colocación de personal a las distintas empresas agrícolas de la provincia de Ica, nuestro impacto con el medio ambiente será mínimo. Sin embargo, tendremos políticas de cuidado y cultura del medio ambiente en nuestras instalaciones. Como, por ejemplo, dentro de las oficinas son varios los materiales que se podrían reciclar, pero los más comunes son:

- Plástico
- Papel y cartón
- Cartuchos de tinta y tóner
- Equipos electrónicos

De la misma forma colocaremos los contenedores de desechos identificados por colores en diferentes puntos de la empresa que almacenarán los materiales a reciclar. Generalmente ellos se identifican por colores y cada color se relaciona con un material específico, pasamos a detallar:

- Azul: papel y cartón
- Amarillo: plásticos y latas
- Verde: vidrio
- Gris con tapa naranja: orgánico
- Blanco: envases y residuos de medicamentos

Todo esto como parte de nuestra responsabilidad social con nuestros clientes internos, externos y la población en general.

CAPÍTULO VII

PLAN ORGANIZACIONAL DE PERSONAL Y LEGAL

7.1. Constitución de la Empresa:

La empresa se regirá por las normas de la Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (SRL) constara de tres socios, los mismos que harán aportes iguales para la creación de la empresa. Posteriormente para su inscripción será necesaria una búsqueda en los Registro Públicos de la denominación social, a nivel nacional, para verificar que no exista otra igual o similar. Posteriormente se redactará la minuta de constitución de la empresa en donde se desarrollará el pacto social en donde se identificarán a los socios fundadores, así como el monto del capital aportado, el cual estará formado por bienes dinerarios y no dinerarios; y el estatuto en donde se señalan los órganos de la empresa y sus funciones.

7.1.1. Proceso de constitución de la empresa:

Es necesario constituir formalmente la empresa para que ésta pueda actuar legalmente como tal y sea capaz de ejercer sus derechos y responder por sus obligaciones frente a la sociedad.

Asimismo, será necesario tramitar ante la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria [SUNAT] el Registro Único del Contribuyente [R.U.C.] para poder tener la calidad de contribuyentes y realizar actividades económicas dentro del régimen tributario de tercera categoría.

Para el funcionamiento de la empresa, de acuerdo con la (a) Ley N° 28976 (Ley Marco de Licencia de Funcionamiento), (b) Ley N° 27444 (Ley del Procedimiento Administrativo General) y (c) Ley N° 27972 (Ley Orgánica de Municipalidades), será necesario obtener una Licencia de Funcionamiento en el distrito de la ciudad en donde se iniciará la parte comercial del negocio, la cual tendría una duración de 12 meses, es por ello que, de acuerdo al Texto Único de Procedimientos Administrativos

[T.U.P.A.] el trámite a realizarse ante la Municipalidad Distrital de Ica, según su T.U.P.A. 2019 es el siguiente:

- Presentar una solicitud de Licencia de Funcionamiento con carácter de Declaración Jurada. Adjuntando (a) la constancia donde figura el número de R.U.C. de la empresa por tratarse de una persona jurídica; (b) el Documento Nacional de Identidad (D.N.I) de la representante legal de la empresa, y (c) la vigencia de Poder del representante legal.

- Presentar la Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad por el área de hasta 100 metros, espacio máximo que ocupará el área administrativa del negocio, dejando abierta la posibilidad de la realización de la Inspección Técnica de Seguridad, en el momento que Defensa Civil considere necesario; así como sobre el cumplimiento con el Reglamento para la ubicación de actividades urbanas, los estándares de calidad y el cuadro de niveles operacionales del distrito de Ica.

Posterior a eso se recurre a SUNARP y se siguen los siguientes pasos:

1. Hemos elegido como denominación social el nombre de AGROCHAMBA S.R.L. el cual será buscado en Registro Públicos (RR.PP.) a nivel nacional para evitar una duplicidad de nombres.

2. Una vez realizada la búsqueda se solicitará la Reserva de Preferencia Registral de la denominación social, trámite imprescindible en la constitución de la empresa, los RR.PP. reservarán el nombre solicitado por un plazo de 30 días, luego de ellos de no finalizar el trámite correspondiente se correría el riesgo de perder la denominación escogida.

3. Se redactará la Minuta de Constitución de la empresa AGROCHAMBA S.R.L., la cual deberá estar autorizada por abogado (a) y se presentará ante un Notario (a) en original y dos juegos de copias para su minutarlo. Dicha Minuta deberá estar firmada por los asociados de la empresa como señal de su conformidad. Dicha Minuta deberá contener: el Pacto

social, donde se establecerán los datos de identificación de los asociados y de la empresa, y el Estatuto, donde se establecerá el objeto social sobre el que versará el negocio; así como el detalle de los aportes y regímenes de su constitución.

4. Una vez ingresada la Minuta al minutarario de la Notaría, se podrá hacer el depósito del aporte dinerario y se entregará el inventario de los aportes no dinerarios que realizarán los asociados.

5. Una vez se haya cumplido con el trámite notarial, el Notario (a) emitirá la escritura pública correspondiente y ésta deberá ser inscrita en los RR.PP. de la ciudad para que se adquiriera la personería jurídica deseada.

6. Posteriormente, se volverá a la Notaría para la legalización del Libro de Actas y del Libro Contable, de la empresa.

7.2. Obligaciones Tributarias y Laborales:

7.2.1. Régimen tributario:

El régimen tributario al cual se acogerá la empresa será el Régimen MYPE tributario, creado especialmente para las micro y pequeñas empresas con la finalidad de incentivar el crecimiento de ellas al facilitar las condiciones con las cuales deben cumplir sus obligaciones tributarias.

Bajo este régimen se tendrán las siguientes obligaciones tributarias:

- Ingresos anuales no deben superar los 1700 UIT
- Emite todo tipo de comprobantes de pago

- No tiene actividades restringidas
- Presenta declaración y pago a cuenta mensual del impuesto a la renta con tasas diferenciadas de acuerdo a sus ingresos netos anuales
- Presenta declaración anual con tasas diferenciadas de acuerdo a su ganancia o utilidad
- Obligado a llevar libros contables de acuerdo a sus ingresos

7.2.2. Régimen laboral:

AGROCHAMBA S.R.L. se acogerá a los beneficios del Régimen Laboral Especial de la Pequeña Empresa, según el Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo, los siguientes derechos son los que le corresponden:

- Todos los trabajadores del régimen laboral de la actividad privada tienen derecho a percibir una remuneración mínima vital.
- La jornada máxima de trabajo es de 8 horas diarias o de 48 horas a la semana como máximo. Si eres menor de edad, podrás trabajar siempre y cuando cuentes con la autorización del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo y las labores no afecten tu integridad física, ni psicológica y permitan continuar con tus estudios escolares.
 - Todo trabajador tiene derecho a 45 minutos de refrigerio como mínimo
 - Los trabajadores tienen derecho como mínimo a 24 horas consecutivas de descanso cada semana, otorgado preferentemente en día domingo. También tienen derecho a descanso remunerado en los días feriados.
 - Toda trabajadora gestante tiene derecho a gozar de 49 días de descanso pre-natal y 49 días de descanso postnatal. Asimismo, después tienen derecho a una hora diaria de permiso para darle de lactar a su hijo, la cual se extiende hasta cuando el menor tenga un año.
 - El trabajador tiene derecho a ausentarse del trabajo durante 10 días con ocasión del nacimiento de su hijo.
 - Son vacaciones trucas aquellas que se dan cuando el trabajador ha cesado sin haber cumplido con el requisito de un año de servicios y el

respectivo récord vacacional para generar derecho a vacaciones. En ese caso se le remunerará como vacaciones trucas tanto dozavo de la remuneración vacacional como meses efectivos haya laborado. Es preciso mencionar que para que se perciba este beneficio el trabajador debe acreditar por lo menos un mes de servicios a su empleador.

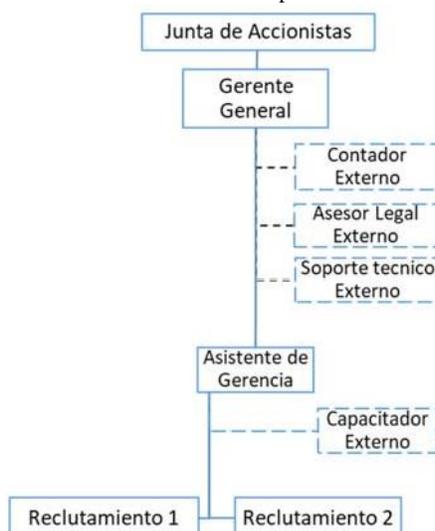
- El trabajador tiene derecho a 15 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio.
- No corresponde el pago de Asignación Familiar.
- Pago de CTS (Compensación por Tiempo de Servicios) equivalentes a 15 remuneraciones diarias depositadas en dos oportunidades semestrales (mayo y noviembre).
- Cuenta con ESSALUD que es 9% de la remuneración, lo aporta en su integridad el empleador.
- 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 año se abonan por dozavos.

Las gratificaciones se otorgarán dos veces al año, una por Fiestas Patrias y otra por Navidad, en razón a media remuneración por cada oportunidad, siempre y cuando laboren el semestre completo, caso contrario percibirán la parte proporcional.

7.3. Estructura Organizacional:

El diseño de la organización será de tipo funcional, el cual incluye la creación de puestos y áreas sobre la base de las actividades a realizarse; procurando eficiencia y economía en su aplicación. Deseando estandarizar las tareas repetitivas siempre que sea posible, promoviendo la reducción de errores y de costos, al permitir a los integrantes de la empresa, la rápida comprensión de sus actividades asignadas. En consecuencia, el organigrama de la empresa será el siguiente:

Gráfico N°29: Organigrama de la empresa AGROCHAMBA S.R.L.
Fuente: Elaboración Propia 2020



7.4. Descripción de Funciones:

Los requisitos, funciones y responsabilidades específicas para cada puesto, serán las siguientes:

- Junta de Accionistas:** La Junta General de Accionistas es un órgano con múltiples funciones que la ley o los estatutos le atribuyen. Sus funciones son resolver todo lo que concierne a la aprobación del balance, estados financieros de la empresa y el destino de las utilidades, a la elección de los directores, a realizar investigaciones y auditorías especiales, a la modificación de los estatutos; al aumento y reducción de capital y los asuntos que sean de gran importancia para la sociedad.
- Gerente General:** Tendrá a su cargo el área de Finanzas, Administración y Recursos Humanos, será la máxima autoridad de la empresa y estará a cargo de la administración del presupuesto. En cuanto a la parte administrativas, tendrá que realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las diferentes funciones en toda la empresa; asimismo, planeará y desarrollará las metas a corto y largo plazo, y mantendrá buenas relaciones con los clientes, y proveedores de la empresa.
- Contador Externo:** Será el encargado de los estados financieros (Balance General, Estados de Ganancias y Pérdidas) de la empresa, flujos

de caja, asesoría en temas de la SUNAT, pago de impuestos, tributos y apoyo de manera conjunta con el área Legal en negociaciones y/o conciliaciones con clientes, proveedores, etc.

- **Asesor Legal Externo:** Brindará asesoría legal, tributaria y laboral en todas las actividades de la empresa, SUNAFIL, contratos, conciliaciones bancarias, negociaciones, licencias, y/o inconvenientes con clientes o proveedores.

- **Soporte Técnico Externo:** Tendrá la función de ofrecer apoyo técnico a problemas específicos relacionados con la plataforma online que desarrollaremos, diagnóstico y soporte para determinados productos tecnológicos, como software o hardware y mantenimiento del mismo

- **Asistente de Gerencia:** Velará por el cumplimiento de las metas propuesta por gerencia, atención de dudas, reclamos, objeciones de los clientes, pago del personal, creación de la malla de los horarios, descanso, etc. Colocación del personal seleccionado y capacitado para los clientes (empresas agrícolas), Cobro de facturas y/o cuentas por cobrar y pagar. Visita a clientes potencial y ayuda mutua al supervisor. Buscar nuevas fuentes para promocionar el servicio que la empresa brinda. Además, de mantener las relaciones comerciales con los proveedores, alianzas estratégicas, participación en ferias agrícolas y/o eventos de índole agroindustrial.

- **Capacitador Externo:** Será el encargado de las capacitaciones y certificaciones al personal reclutado en tema de:

- BPA
- BASC
- HACCP
- GLOBAL GAP
- SMETA
- BRC

- **Reclutadores:** Tendrá la responsabilidad de brindar soporte al Asistente de Gerencia, especialmente selección y reclutamiento del personal idóneo para la posterior colocación en las diversas empresas agrícolas de la ciudad de Ica. Concretarán citas con las diversas áreas de RRHH de las distintas empresas agrícolas, gestionará entrevistas presenciales, virtuales, corroboración de antecedentes policiales, penales, judiciales, del personal idóneo para la dotación de personal al campo laboral.

CAPÍTULO VIII

PLAN ECONÓMICO - FINANCIERO

8.1. Inversiones:

La estructura de la inversión se resume en el siguiente cuadro, está compuesta primero por Activos Fijos Tangibles (24.7%) y los Activos Fijos Intangibles (23%), estos comprenden los muebles maquinarias, equipos, softwares, capacitaciones y licencias que son necesarios para el equipamiento y funcionamiento de la empresa. Seguido por el Capital del Trabajo, que son los gastos operativos para iniciar las actividades del negocio los tres primeros meses, este representa el 52.2% del total de la inversión.

A continuación, mostramos la tabla de inversión Fija Tangible, dividido en dos partes, en el primer cuadro estará lo necesario para el desarrollo de actividades del área de gerencia y en el segundo cuadro para el área de operaciones.

Tabla N°36: Cuadro de inversión fija tangible área de gerencia AGROCHAMBA S.R.L.
(expresado en soles)

AREA DE GERENCIA			
EQUIPOS	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Laptop Marca HP Procesador Intel Core i5 MODELO 13-AN1011LA	1	2,400	2,400
Celular XIAOMI A3	1	650	650
TOTAL			3,050

MOBILIARIOS	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Escritorio de oficina melamine	1	250	250
Silla Giratorio	1	120	120
Estante de 02 repisas	1	100	100
Silla de visita	2	70	140
TOTAL			610

Fuente: Elaboración Propia 2020

Tabla N°37: Cuadro de inversión fija tangible área de operaciones AGROCHAMBA S.R.L. (expresado en soles)

AREA DE OPERACIONES			
EQUIPOS	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Laptop Marca Lenovo Procesador Intel Core i3 MODELO L340	3	1,500	4,500
Tablet Lenovo Tab3 7"	2	500	1,000
Impresora Multifunción BROTHER DCP-T510W	1	895	895
Televisor AOC SMART FHD 43" FULL HD	1	849	849
Celular XIAOMI A3	2	650	1,300
TOTAL			8,544

MOBILIARIOS	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Escritorio de Oficina	3	250	750
Sillón Giratorio OEM	3	120	360
Proyector VIEWSONIC PA503S	1	1,200	1,200
Soporte para proyector	1	150	150
friobar	1	600	600
Mesa de reunión	1	800	800
sofa	1	600	600
Pizarra	1	150	150
Silla Estatica	7	70	490
Estante para impresora	1	150	150
Estante de 04 repisas	1	250	250
Letrero Publicitario	1	125	125
TOTAL			5,625

TOTAL INVERSION TANGIBLE	17,829
---------------------------------	---------------

Fuente: Elaboración Propia 2020

A continuación, presentamos la tabla de inversión fija intangible del proyecto en donde se necesita S/ 16,618.31.

Tabla N°38: Cuadro de inversión intangible AGROCHAMBA S.R.L. (expresado en soles)

CONCEPTO	MONTO
DESARROLLO DE PAGINA WEB E IMPLEMENTACIÓN DE ERP DE CONTROL ODOO EE CON MODULO RRHH MODIFICADO	15,000
COMPRA DE DOMINIO WEB	65
COSTO DE CERTIFICADO DE DEFENSA CIVIL Y LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	225
COSTO DE NOTARÍA	200
COSTO DE BÚSQUEDA DE ANTECEDENTES FIGURATIVOS-INDECOPI	38
SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA- INDECOPI	535
COSTO DE SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE- SUNARP	20
COSTO DE CALIFICACIÓN PARA EMPRESAS- SUNARP	44
LICENCIA MUNICIPAL PARA PUBLIDAD EXTERIOR	120
CONSTITUCION DE LA EMPRESA	371
TOTAL INVERSIÓN INTANGIBLE	16,618

Fuente: Elaboración Propia 2020

Capital de Trabajo:

Son los recursos monetarios que necesitamos para la puesta en marcha del negocio, para este caso necesitamos un capital de trabajo de S/ 37,668.80 soles para los 3 primeros meses de inicio del proyecto, a continuación, se detalla en la siguiente tabla:

Tabla N°39: Cuadro de Costos Directos AGROCHAMBA S.R.L. (expresado en soles)

COSTOS DIRECTOS	COSTO POR MES	Cantidad	Enero	Febrero	Marzo	TOTAL 1 TRIM
RECLUTADORES (2)	3,907	12	3,907	3,907	3,907	11,720
CAPACITADOR EXTERNO	800	12	800	800	800	2,400
ALQUILER DEL LOCAL CAPACITACION	200	12	200	200	200	600
TOTAL COSTOS DIRECTOS	4,907					14,720

Fuente: Elaboración Propia 2020

Tabla N°40: Cuadro de Costos indirectos AGROCHAMBA S.R.L. (expresado en soles)

COSTOS INDIRECTOS	COSTO POR MES	Meses	Enero	Febrero	Marzo	TOTAL 1 TRIM
SERVICIO DE LUZ	120	12	120	120	120	360
SERVICIO DE AGUA POTABLE	26	12	26	26	26	77
INTERNET	80	12	80	80	80	240
PLAN POST PAGO-CELULARES (4 LINEAS)	160	12	160	160	160	479
ALQUILER DEL LOCAL	800	12	800	800	800	2,400
ARBITRIOS MUNICIPALIDAD DISTRITAL	45	12	45	45	45	135
MANTENIMIENTO LOCAL	200	12	200	200	200	600
ARTICULOS DE LIMPIEZA	60	12	60	60	60	180
ARTICULOS DE OFICINA	100	12	100	100	100	300
GERENTE GENERAL	2,812	12	2,812	2,812	2,812	8,435
ASISTENTE DE GERENCIA	1,586	12	1,586	1,586	1,586	4,757
CONTADOR EXTERNO	250	12	250	250	250	750
ASISTENTE LEGAL EXTERNO	250	12	250	250	250	750
PAGO DEL ALQUILER DEL SERVIDOR Y MANEJO DE SISTEMA	650	12	650	650	650	1,950
SOPORTE TÉCNICO EXTERNO	250	12	250	250	250	750
SERVICIO PUBLICITARIO	250	12	250	250	250	750
FICHAS DE REGISTRO	12	12	12	12	12	36
TOTAL COSTOS INDIRECTOS	7,649					22,948

Fuente: Elaboración Propia 2020

Tabla N°41: Cuadro de resumen de inversión AGROCHAMBA S.R.L. (expresado en soles)

CUADRO DE INVERSION	MONTO
INVERSION TANGIBLE	17,829
INVERSION INTANGIBLE	16,618
CAPITAL DE TRABAJO	37,669
TOTAL INVERSION	72,116

Fuente: Elaboración Propia 2020

El monto necesario para nuestra puesta en marcha es de S/ 72,116.11 soles.

8.2. Ingresos y Egresos:

- **Ingresos:** nuestros ingresos son los generados por el cobro del servicio de prestado a nuestros clientes que en el primer año son de S/ 251,304.60 soles, con una proyección de crecimiento de 5%, 10%, 15% y 20% anual respectivamente.

Tabla N° 42: Cuadro de presupuesto de ventas AGROCHAMBA S.R.L. (expresado en soles)

AÑO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS	251,305	263,870	290,257	333,795	400,554

Fuente: Elaboración Propia 2020

- **Egresos:** nuestros egresos están representados principalmente por nuestros costos, gastos y sumados a la depreciación los mismos que se detalla a continuación:

Tabla N°43: Cuadro de gastos de servicio y operación AGROCHAMBA S.R.L. (expresado en soles)

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
TOTAL GASTOS DIRECTO	58,882	58,882	58,882	58,882	58,882
TOTAL GASTOS INDIRECTOS	91,793	91,793	91,793	91,793	91,793
DEPRECIACION	4,077	4,077	4,077	4,077	4,077
TOTAL	154,752	154,752	154,752	154,752	154,752

Fuente: Elaboración Propia 2020

- **Depreciación de tangibles:** En esta tabla se observa la depreciación de los equipos de administración, según la SUNAT en su INFORME N° 196-2006-SUNAT/2B0000, los equipos de activo fijo se deprecian en un 20% de su valor y para los equipos tecnológicos se deprecian un 25% de su valor anual, por ende, tendremos una depreciación proyectada para los próximos 5 años, que a continuación se detalla:

Tabla N°44: Cuadro de depreciación de tangibles AGROCHAMBA S.R.L. (expresado en soles)

Bien A Depreciar	Monto Invertido	% Depreciación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Celular XIAOMI A3	2,600	25%	650	650	650	650	650
Escritorio de Oficina	1,000	20%	200	200	200	200	200
Estante de 04 repisas	250	20%	50	50	50	50	50
Estante de 02 repisas	100	20%	20	20	20	20	20
Estante para impresora	150	20%	30	30	30	30	30
Impresora Multifunción BROTHER DCP-T510W	850	25%	213	213	213	213	213
Laptop Marca Lenovo Procesador Intel Core i3 MODELO L340	4,500	25%	1,125	1,125	1,125	1,125	1,125
Laptop Marca Lenovo Procesador Intel Core i5 MODELO L340	2,400	25%	600	600	600	600	600
Proyector VIEWSONIC PA5035-3D LUMENES	1,200	25%	300	300	300	300	300
Sofá	600	20%	120	120	120	120	120
Pizarra	150	20%	30	30	30	30	30

Silla Estática	630	20%	126	126	126	126	126
Silla Giratorio	480	20%	96	96	96	96	96
Soporte para proyector	150	20%	30	30	30	30	30
Tablet Lenovo Tab3 7"	1,000	25%	250	250	250	250	250
LETRERO PUBLICITARIO	125	20%	25	25	25	25	25
Televisor AOC SMART FHD 43" FULL HD	849	25%	212	212	212	212	212
TOTAL DEPRECIACION			4,077	4,077	4,077	4,077	4,077

Fuente: Elaboración Propia 2020

8.3. Deuda:

Nuestra empresa “AGROCHAMBA S.R.L” financiará el 30% de su inversión (S/. 21,634.83), para lo cual busco alternativas de financiamiento de tres entidades financieras (Banco de Pichincha, Caja de Piura y la Caja Tacna) y finalmente se eligió un préstamo de la CAJA DE TACNA, los detalles se aprecian en el siguiente cuadro.

Tabla N°45: Alternativas Financieras (expresado en soles)

RUBRO	BANCO PICHINCHA	CAJA DE PIURA	CAJA DE TACNA
Tipo de moneda	Soles	Soles	Soles
Monto	21,635	21,635	21,635
Tasa de interés	49%	45%	40%
Tiempo	24 meses	24 meses	24 meses
Amortización	Mensual	Mensual	Mensual
Total a pagar	1,329	1,296	1,256

Fuente: Elaboración Propia 2020

A continuación, se presenta el cuadro del Servicio de la Deuda Caja Tacna donde la empresa “AGROCHAMBA S.R.L”, solicitará un préstamo de S/ 21,634.83 soles para financiar la inversión del negocio.

Tabla N°46: Cuadro de servicio de la deuda (expresado en soles)

Tiempo	Saldo Capital	Amortización	Interes	Cuota
0	21,635			
1	20,994	641	615	1,256
2	20,335	659	597	1,256
3	19,657	678	578	1,256
4	18,960	697	559	1,256
5	18,243	717	539	1,256
6	17,506	737	519	1,256
7	16,748	758	498	1,256
8	15,968	780	476	1,256
9	15,166	802	454	1,256
10	14,341	825	431	1,256
11	13,493	848	408	1,256
12	12,620	872	384	1,256
		9,015	S/ 6,058	
13	11,723	897	359	1,256
14	10,800	923	333	1,256
15	9,852	949	307	1,256
16	8,876	976	280	1,256
17	7,872	1,004	252	1,256
18	6,840	1,032	224	1,256
19	5,778	1,062	194	1,256
20	4,686	1,092	164	1,256
21	3,564	1,123	133	1,256
22	2,409	1,155	101	1,256
23	1,221	1,188	68	1,256
24	0	1,221	35	1,256
		12,620	2,452	

Fuente: Elaboración Propia 2020

Tabla N°47: Cuadro de amortización e intereses (expresado en soles)

CONCEPTO	MONTO	
	1 AÑO	2 AÑO
Financiamiento	21,635	
Amortización de Capital	9,015	12,620
Pago de Intereses	6,058	2,452
PAGO TOTAL POR AÑO	15,073	15,073

Fuente: Elaboración Propia 2020

8.4. Flujo de Caja (económico y financiero):

En la siguiente tabla se elaboró el Flujo de Caja Proyectado, con la finalidad de mostrar los flujos económicos y financieros para los próximos 5 años de operatividad del negocio.

Tabla N°48: Cuadro de flujo de caja proyectado (expresado en soles)

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
INGRESOS POR VENTAS		251,305	263,870	290,257	333,795	400,554
INVERSION	72,116					
TOTAL INGRESOS		251,305	263,870	290,257	333,795	400,554
EGRESOS						
TOTAL GASTOS DIRECTO		58,882	58,882	58,882	58,882	58,882
TOTAL GASTOS INDIRECTOS		91,793	91,793	91,793	91,793	91,793
DEPRECIACION		4,077	4,077	4,077	4,077	4,077
IMPUESTO A LA RENTA (29.5%)		30,270	32,913	39,974	52,818	72,512
TOTAL EGRESOS		185,022	187,665	194,726	207,570	227,264
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-72,116	66,282	76,205	95,531	126,226	173,291
PRESTAMO BANCARIO	21,635					
AMORTIZACIONES		-9,015	-12,620	-		
GASTOS FINANCIEROS		-6,058	-2,452	-		
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-50,481	51,210	61,132	95,531	126,226	173,291

Fuente: Elaboración Propia 2020

8.5. Evaluación económica y financiera (VAN y TIR):

Primero debemos hallar la tasa descuento para poder continuar con nuestra evaluación económica y financiera, por lo que a continuación presentamos la siguiente tabla:

Tabla N°49: Costo promedio capital (expresado en soles)

FUENTES DE FINANCIAMIENTO	MONTO	PARTICIPACION	COSTO DE CAPITAL	TASA DESCUENTO PONDERADO	TASA DE DESCUENTO CON ESCUDO
CAPITAL PROPIO	50,481	70%	0.25	0.18	0.18
FINANCIAMIENTO	21,635	30%	0.4	0.12	0.08
TOTAL FINANCIAMIENTO	72,116	100%		DESCUENTO	0.26

Fuente: Elaboración Propia 2020

El resultado es una tasa de descuento de 26%.

Evaluación Económica

Para evaluar económicamente el proyecto se requiere el monto de la inversión, la tasa de descuento y BNP.

TASA DE DESCUENTO	0.26
Beneficio Neto Proyectado	S/ 253,251

Valor Actual Neto Económico

El VANE nos ayuda a determina el beneficio que se obtendrá del proyecto, en base a la operatividad de la empresa solo utilizando recursos propios, el resultado tiene que ser positivo para ser viable.

A continuación, se muestra el VANE (Valor Actual Neto Económico) en donde es un resultado de S/ 181,135, es decir es viable nuestro proyecto.

$$\text{VANE} = -\text{Inversión} + \sum \frac{\text{Flujo Económico}}{(1 + i)^n}$$

Tasa interna de Retorno

VANE	S/ 181,135
------	------------

TIRE Hay que tener en cuenta también la tasa interna de rendimiento (TIR), que es la rentabilidad promedio por período generada por el proyecto de inversión. También es la tasa de descuento requerida para que el VAN sea igual a cero:

$$0 = -\text{Inversión} + \sum \frac{\text{Flujo Económico}}{(1 + i)^n}$$

TIRE: Esta tasa interna de retorno económica fue obtenida a través del flujo de caja económico, dando como resultado 107% y con ello es decir que el proyecto es rentable.

TIRE	107%
------	------

BENEFICIO/COSTO:

El coeficiente beneficio costo económico es de S/ 3.51 soles, lo cual nos indica que por cada sol invertido se obtendrá una ganancia de S/ 2.51 soles.

B/C	3.51
-----	------

Evaluación Financiera

Para evaluar financieramente el proyecto se requiere el monto de la inversión, la tasa de descuento y BNP.

TASA DE DESCUENTO	0.26
Beneficio Neto Proyectado	S/ 231,784

Valor Actual Neto Financiero

El VANF nos ayuda a determina el beneficio que se obtendrá del proyecto, descontado el financiamiento, es más realista que el VANE, el resultado tiene que ser positivo para ser viable.

El VANF (Valor Actual Neto Financiero) en donde es un resultado de S/ 181,303, es decir es viable nuestro proyecto.

$$\text{VANF} = -\text{Inversión} + \sum \frac{\text{Flujo Económico}}{(1 + i)^n}$$

VANF	S/ 181,303
------	------------

Tasa interna de Retorno Financiero

Representa la tasa descuento máxima a tomar con endeudamiento de acuerdo al flujo financiero, se obtiene un TIRF de 126% siendo mayor a la tasa de endeudamiento, lo cual beneficia al proyecto.

$$0 = -\text{Inversión} + \sum \frac{\text{Flujo Económico}}{(1+i)^n}$$

TIRF: Esta tasa interna de retorno económica fue obtenida a través del flujo de caja económico, dando como resultado 126% y con ello es decir que el proyecto es rentable.

TIRF	126%
------	------

BENEFICIO/COSTO:

El coeficiente beneficio costo económico es de S/ 4.59 soles, lo cual nos indica que por cada sol invertido se obtendrá una ganancia de S/ 3.59 soles.

B/C	4.59
-----	------

CONCLUSIONES

1. **Primera conclusión:**

Según los datos que hemos analizado e investigado concluimos que la idea presentada es viable, colocándonos como pioneros en la provincia de ICA.

Siendo la agricultura, el principal motor de la economía, consideramos que tenemos un amplio mercado por trabajar, es por ello que brindaremos constantes capacitaciones buscando mejorar el desarrollo de las actividades agrícolas, lo cual nos permitirá fidelizar a nuestros futuros clientes.

2. **Segunda conclusión**

Al existir una demanda insatisfecha por no contar con un personal idóneo, capacitado, instruido, que realice las funciones con eficacia y productividad previo estudio, llegamos a la conclusión que el proyecto es viable porque los indicadores económicos arrojan resultados favorables y crecimiento a largo plazo.

De esta manera buscamos consolidarnos en el mercado agrícola regional y generar alianzas estratégicas con actividades económicas a fines a nuestro negocio.

3. **Tercera conclusión**

Se concluye que, si bien los procesos son estandarizados y nos ayudan para dar inicio al negocio, pero ante una demanda mayor se necesita mejorarlos.

4. **Cuarta conclusión**

Se concluye que el personal con el que se va a trabajar, cuenta con el perfil necesario para poder desarrollar de manera óptima el proyecto, sin embargo, ante un eventual crecimiento de la empresa se necesitaría una contratación de personal especializado.

RECOMENDACIONES

1. **Primera recomendación:**

Diversificar nuestro servicio en un largo plazo a otros sectores económicos (minería, pesquería, construcción, entre otros) con la dotación de personal e idóneo en otras provincias de la región Ica que se dedican a otras actividades empresariales.

2. **Segunda recomendación:**

Recomendamos ampliar la gama de servicios con el fin de generar mayor rentabilidad, también se recomienda llevar a cabo implementar nuestro negocio con un endeudamiento a 2 años para generar rentabilidad y tener un crecimiento optimo los años posteriores.

3. **Tercera recomendación:**

Trabajar la mejora continua de los procesos con el fin de poder manejar mayor cantidad de personas en nuestra base de datos por lo que se recomienda hacer uso de un ERP Cloud para el manejo y gestión de base de datos en el mediano plazo, como por ejemplo ODOO ERP, que es amigable y facilita la gestión de la base de datos para la optimización de procesos.

4. **Cuarta recomendación:**

La empresa debe mantener una comunicación constante y dejar en claro las políticas, normas legales, etc. con las que se ofrecerá nuestro servicio tanto para nuestros clientes (empresas) y el personal puesto en planta de acuerdo a los planes de venta brindado, así también contratar un Psicólogo ocupacional para la evaluación de las personas e identificar bien las capacidades y potenciarlas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERU – REVISTA
 MONEDA 2017: <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/moneda-170/moneda-170-06.pdf>

DIRECCIÓN REGIONAL AGRARIA:
<http://www.regionica.gob.pe/web/images/stories2/CADE/boletin.pdf>

ENCUESTA DE HABILIDADES AL TRABAJO ENHAT 2018:
<https://repositorio.minedu.gob.pe/bitstream/handle/MINEDU/6555/Encuesta%20de%20habilidades%20al%20trabajo%20ENHAT%202017-2018%20causas%20y%20consecuencias%20de%20la%20brecha%20de%20habilidades%20en%20Peru%20r%20c%20ba.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA E INFORMATICA INEI
 2017:
http://www.regionica.gob.pe/pdf/grde/2017/indicadores_economicos/setiembre/estadisticas_economicas_sociales_setiembre.pdf

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA E INFORMATICA INEI
 2020: <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/producto-bruto-interno-por-departamentos-9089/>

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO MINCETUR
 2019: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/estadisticas_y_publicaciones/estadisticas/reporte_regional/RRC_Ica_2018_Anual.pdf

MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO
 MINTRA 2018:

https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/303309/EDO_2018_Ica-vf.pdf

MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO
MINTRA 2019: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/estadisticas_y_publicaciones/estadisticas/reporte_regional/RRC_Ica_Isem_2019.pdf

SOCIEDAD DE COMERCIO EXTERIOR COMEXPERÚ 2019:
https://www.lampadia.com/assets/uploads_documentos/9b67c-comex-ley-27360-marzo-2019.pdf

SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE ADUANAS Y ADMINISTRACION
TRIBUTARIA SUNAT:
<http://www.sunat.gob.pe/legislacion/oficios/2006/oficios/i1962006.htm>

ANEXOS

ANEXO 1 – Encuesta

EMPRESA: AGROCHAMBA		
LUGAR: Conjunto Habitacional Matías Manzanilla Bloque A-01 Interior 101		
1	¿Utiliza usted los servicios de un tercero para la captación de personal agrario?	Si No A veces
2	¿Con qué frecuencia utiliza este servicio?	Si Nunca A veces
3	¿Te emite algún comprobante de pago el intermediario que contratas?	Si No A veces
4	¿Cuánto tiempo dura tu campaña agrícola?	1-2 meses 4-6 meses Más de 6 meses
5	¿Aproximadamente cuántas personas contratas diariamente en la campaña agrícola?	100-200 personas 200-400 personas Más de 400 personas
6	¿El personal contratado es especializado en sus labores?	Si No A veces
7	¿Planifica usted la contratación del personal?	Si No A veces
8	Si la contratación de personal obrero se te dificulta y te ofrecemos una plataforma que te ofrezca la cantidad necesaria de personal especializado en actividades agrarias con capacitación por un costo facturable, ¿Estarías dispuesto a contratarlo?	Si No A veces
9	Teniendo en cuenta que el personal que te proporcionamos tienen capacitación básica de BPA y SSO, y también se entrega su hoja de registro de capacitación con las inducciones recibidas, con todo este beneficio adicional ¿Crees que el costo de captación de S/ 20.90 + IGV por persona estaría bien?, teniendo en cuenta que sería un único pago.	Si No Otros
10	Te gustaría que el personal cuente con capacitación adicional en alguna de estas certificaciones? ten en cuenta que estas capacitaciones serán dictadas por auditores en la materia y representarían un servicio adicional	BPA BASC HACCP GLOBAL GAP SMETA Otros
11	¿Cómo preferiría hacer el pago de este servicio?	Mensual Quincenal Semanal

ANEXO 2 – Minuta**MODELO DE MINUTA PARA UNA SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA S.R.L.****CON APORTE DINERARIO (EFECTIVO)**

SEÑOR NOTARIO:

SÍRVASE USTED EXTENDER EN SU REGSITRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS, UNA CONSTITUCIÓN DE **SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**, QUE OTORGAN: **CABALLERO VASCOCELO JAVIER, SANCHEZ NEYRA GONZALO, ZAPATA VILCA MARÍA PÍA.**

TODOS SEÑALANDO DOMICILIO COMÚN PARA EFECTOS DE ESTE INSTRUMENTO EN : CONJUNTO HABITACIONAL MATÍAS MANZANILLA BLOQUE A-01 INTERIOR 101, EN LA CIUDAD DE ICA.

EN LOS TÉRMINOS SIGUIENTES:

PRIMERO: POR EL PRESENTE PACTO SOCIAL LOS OTORGANTES MANIFIESTAN A SU LIBRE VOLUNTAD DE CONSTITUIR UNA SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, BAJO LA DENOMINACION DE “AGROCHAMBA” **SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**, PUDIENDO UTILIZAR LA ABREVIATURA: “**AGROCHAMBA S.R.L**” OBLIGÁNDOSE A EFECTUAR LOS APORTES PARA LA FORMACIÓN DEL CAPITAL SOCIAL Y A FORMULAR EL CORRESPONDIENTE ESTATUTO.

SEGUNDO: EL CAPITAL DE LA SOCIEDAD ES DE S/... ..(LETRAS) DIVIDIDO EN TRES PARTICIPACIONES SOCIALES DE S/1.00 CADA UNA, SUSCRITAS Y PAGADAS DE LA SIGUIENTE MANERA:

CABALLERO VASCONCELO JAVIER, APORTA S/.....MEDIANTE

APORTES EN BIENES DINERARIOS,CORRESPONDIÉNDOLE
 PARTICIPACIONES
 SOCIALES

SANCHEZ NEYRA GONZALO, APORTA S/.....MEDIANTE
 APORTES EN BIENES DINERARIOS,CORRESPONDIÉNDOLE
PARTICIPACIONES SOCIALES

ZAPATA VILCA MARÍA PÍA, APORTA S/.....MEDIANTE APORTES
 EN BIENES DINERARIOS,CORRESPONDIÉNDOLE
PARTICIPACIONES SOCIALES

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO.

TERCERO: LA SOCIEDAD SE REGIRÁ POR EL ESTATUTO SIGUIENTE
 Y EN TODO LO NO PREVISTO POR ESTE, SE ESTARÁ A LO DISPUESTO
 POR LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES – LEY 26887 – QUE EN
 ADELANTE SE LE DENOMINARA LA “LEY”

ESTATUTO

ARTICULO 1º. – DENOMINACION-DURACION-DOMICILIO LA
 SOCIEDAD SE DENOMINA: AGROCHAMBA “SOCIEDAD COMERCIAL
 DE RESPONSABILIDAD LIMITADA”, PUDIENDO USAR LA
 ABREVIATURA “AGROCHAMBA S.R.L”.

TIENE UNA DURACION INDETERMINADA, INICIA SUS OPERACIONES
 EN LA FECHA DE ESTE PACTO Y ADQUIERE PERSONALIDAD
 JURIDICA DESDE SU INSCRIPCION EN EL REGISTRO DE PERSONAS
 JURIDICAS DE : “AGROCHAMBA S.R.L”.

SU DOMICILIO ES LA PROVINCIA DE ICA, DEPARTAMENTO DE ICA,
 PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES U OFICINAS EN CUALQUIER
 LUGAR DEL PAIS, O EN EL EXTRANJERO.

ARTICULO 2º. – OBJETO SOCIAL: LA SOCIEDAD TIENE POR OBJETO DEDICARSE A: SERVICIOS DE RECLUTAMIENTO Y COLOCACION DE PERSONAL AGRICOLA.

SE ENTIENDEN INCLUIDOS EN EL OBJETO SOCIAL LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO COADYUVEN A LA REALIZACION DE SUS FINES. PARA CUMPLIR DICHO OBJETO, PODRA REALIZAR TODOS AQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LICITOS, SIN RESTRICCION ALGUNA.

ARTICULO 3º. CAPITAL SOCIAL: EL CAPITAL DE LA SOCIEDAD ES DE S/.....

(EN LETRAS), DIVIDIDO EN TRES PARTICIPACIONES SOCIALES DE S/... CADA UNA,

INTEGRAMENTE SUSCRITAS Y TOTALMENTE PAGADAS.

ARTICULO 4º PARTICIPACION SOCIAL: LA PARTICIPACION SOCIAL CONFIERE A SU TITULAR LA CALIDAD DE SOCIO Y LE ATRIBUYE LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES QUE SEÑALA LA “LEY”. LA TRANSMISION, ADQUISCION, USUFRUCTO, PRENDA Y MEDIDAS CAUTELARES SOBRE LAS PARTICIPACIONES SE SUJETAN A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 290º, 291º Y 292º DE LA “LEY”.

ARTICULO 5º - ORGANOS DE LA SOCIEDAD: LA SOCIEDAD TIENE LOS SIGUIENTES ORGANOS:

A).....

B).....

C).....

ARTICULO 6º JUNTA GENERAL DE SOCIOS: LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS REPRESENTA A TODOS LOS SOCIOS QUE DEBIDAMENTE

CONVOCADOS Y CON EL QUORUM CORRESPONDIENTE DECIDEN POR LA MAYORIA QUE ESTABLECE ESTA "LEY". LOS ASUNTOS PROPIOS DE SU COMPETENCIA LOS ACUERDOS QUE LEGITIMAMENTE ADOPTEN OBLIGAN A TODOS INCLUSIVE A LOS DISIDENTES Y A LOS QUE NO HAYAN PARTICIPADO EN LA REUNION EL RÉGIMEN DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS, FACULTADES, OPORTUNIDAD DE LA CONVOCATORIA, SOLEMNIDADES Y CONDICIONES PARA SUS REUNIONES, QUORUM Y VALIDEZ DE SUS ACUERDOS SE SUJETAN A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 112° AL 138° DE LA "LEY", DE CONFORMIDAD CON LO DISPUESTO EN EL TERCER PÁRRAFO DEL ARTICULO 294° DE LA "LEY".

LA CONVOCATORIA A JUNTA GENERAL LA HARÁ EL GERENTE GENERAL, MEDIANTE ESQUELAS BAJO CARGO, DIRIGIDAS AL DOMICILIO O A LA DIRECCION DESIGNADA POR EL SOCIO A ESTE EFECTO.

ARTICULO 7° GERENCIA: LA ADMINISTRACION DE LA SOCIEDAD ESTA A CARGO DE LA GERENCIA QUE PODRÁ SER REPRESENTADA POR UN GERENTE GENERAL Y UNO O MÁS GERENTES DESIGNADOS POR LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS, SUS FACULTADES, REMOCIÓN Y RESPONSABILIDADES SE SUJETAN A LOS DISPUESTOS POR LOS ARTÍCULOS 287° AL 289° DE LA "LEY" Y TENDRÀN LAS FACULTADES DE REMUNERACIÓN QUE SEÑALE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.

EL GERENTE GENERAL ESTA FACULTADO PARA LA EJECUCIÓN DE TODO ACTO Y/O CONTRATO CORRESPONDIENTES AL OBJETO DE LA SOCIEDAD, PUDIENDOM ASIMISMO REALIZAR LOS SIGUIENTES ACTOS:

- A. DIRIGIR LAS OPERACIONES COMERCIALES Y ADMINISTRATIVAS
- B. REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE TODA CLASE DE AUTORIDADES EN LO JUDICIAL GOZARA DE LAS FACULTADES SEÑALADAS EN LOS ARTÍCULOS 74°,75°,77° Y 436° DEL CÓDIGO PROCESAL CIVIL, ASÍ COMO LA FACULTAD DE REPRESENTACIÓN PREVISTA EN EL ARTÍCULO 10° DE LA LEY N° 26636 Y DEMÁS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS; TENIENDO EN TODOS LOS CASOS FACULTAD DE DELEGACIÓN O SUSTITUCIÓN. ADEMÁS PODRÁ CELEBRAR JUDICIAL, PUDIENDO SUSCRIBIR EL ACTA CONSILATORIA GOZANDO DE LAS FACULTADES SEÑALADAS EN LAS DISPOSICIONES LEGALES QUE LO REGULAN. PODRÁ CONSTITUIR Y REPRESENTAR A LAS ASOCIACIONES QUE CREA CONVENIENTE Y DEMÁS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS.
- C. ABRIR, TRANSFERIR, CERRAR Y ENCARGARSE DEL MOVIMIENTO DE TODO TIPO DE CUENTA BANCARIA, GIRAR, COBRAR, RENOVAR, ENDOSAR, DESCONTAR Y PROTESTAR, ACEPTAR Y REACEPTAR, CHEQUES, LETRAS DE CAMBIO, VALES, PAGARES, GIROS, CERTIFICADOS, CONOCIMIENTOS, PÓLIZAS, **CARTAS FIANZAS** Y CUALQUIER CLASE DE TÍTULOS VALORES, DOCUMENTOS MERCANTILES Y CIVILES, OTORGAR RECIBOS CANCELACIONES, SOBREGIRARSE EN CUENTA CORRIENTE CON GARANTÍA O SIN ELLA, SOLICITAR TODA CLASE DE PRÉSTAMOS CON GARANTÍA HIPOTECARIA, PRENDARIA Y DE CUALQUIER FORMA.
- D. ADQUIRIR Y TRANSFERIR BAJO CUALQUIER TÍTULO: COMPRAR, VENDER, ARRENDAR, **DONAR DAR EN COMODATO**, ADJUDICAR Y GRAVAR LOS BIENES DE LA

SOCIEDAD SEAN MUEBLES O INMUEBLES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS YA SEAN PRIVADOS O PÚBLICOS. EN GENERAL PODRÁ CELEBRAR TODA CLASE DE CONTRATOS NOMINADOS E INNOMINADOS. **INCLUSIVE LOS DE LEASING O ARRENDAMIENTO FINANCIERO, LEASE BACK, FACTORING Y/O UNDERWRITING, CONSORCIO, ASOCIACION EN PARTICIPACIÓN Y CUALQUIER OTRO CONTRATO DE COLABORACION EMPRESARIAL,** VINCULADOS CON EL OBJETO SOCIAL. **ADEMÁS PODRÁ SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE Y SUSCRIBIR LOS RESPECTIVOS CONVENIOS ARBITRALES.**

- E. SOLICITAR ADQUIRIR, DISPONER, TRANSFERIR REGISTROS DE PATENTES, MARCAS, NOMBRES COMERCIALES, CONFORME A LEY SUSCRIBIENDO CUALQUIER CLASE DE DOCUMENTOS VINCULADOS A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL O INTELECTUAL.
- F. PARTICIPAR EN LICITACIONES, CONCURSOS PÚBLICOS Y/O ADJUDICACIONES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACIÓN DEL OBJETO SOCIAL.

EL GERENTE GENERAL PODRÁ REALIZAR TODOS LOS ACTOS NECESARIOS PARA LA ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD, SALVO LAS FACULTADES RESERVADAS A LA JUNTA GENERAL DE VIDEOS.

ARTICULO 8º MODIFICACIÓN DEL ESTATUTO, AUMENTO Y REDUCCIÓN DEL CAPITAL: LAS MODIFICACIONES DEL PACTO SOCIAL, EL AUMENTO Y REDUCCIÓN DEL CAPITAL SOCIAL SE SUJETAN A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 198º AL 220º DE LA “LEY”.

ARTICULO 9º EXCLUSIÓN Y SEPARACIÓN DE LOS SOCIOS: SE SUJETA A LO DISPUESTO POR EL ARTICULO 293º DE LA “LEY”.

ARTICULO 10º ESTADOS FINANCIEROS Y APLICACIÓN DE UTILIDADES: SE RIGE POR LO DISPUESTO EN LOS ARTÍCULOS 40º,221º AL 233º DE LA “LEY”.

ARTICULO 11º DISOLUCIÓN,LIQUIDACIÓN Y EXTINCIÓN : EN CUANTO A LA DISOLUCIÓN, LIQUIDACIÓN Y EXTINCIÓN DE LA SOCIEDAD, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 407º,409º,410º,412º,413º A 422º DE LA “LEY”.

CUARTO: QUEDA DESIGNADO COMO GERENTE GENERAL.....CON DNI N°DOMICILIADO EN

CLAUSULA ADICIONAL I: SE DESIGNA COMO SUB-GERENTE DE LA SOCIEDAD A:

..... CON DNI N° DOMICILIADO EN

.....QUIEN TENDRA LAS SIGUIENTES FACULTADES:

- REEMPLAZAR AL GERENTE EN CASO DE AUSENCIA
- INTERVENIR EN FORMA CONJUNTA CON EL GERENTE GENERAL,EN LOS CASOS PREVISTOS EN LOS INCISOS C,D,E Y F DEL ARTICULO 7 DEL ESTATUTO.

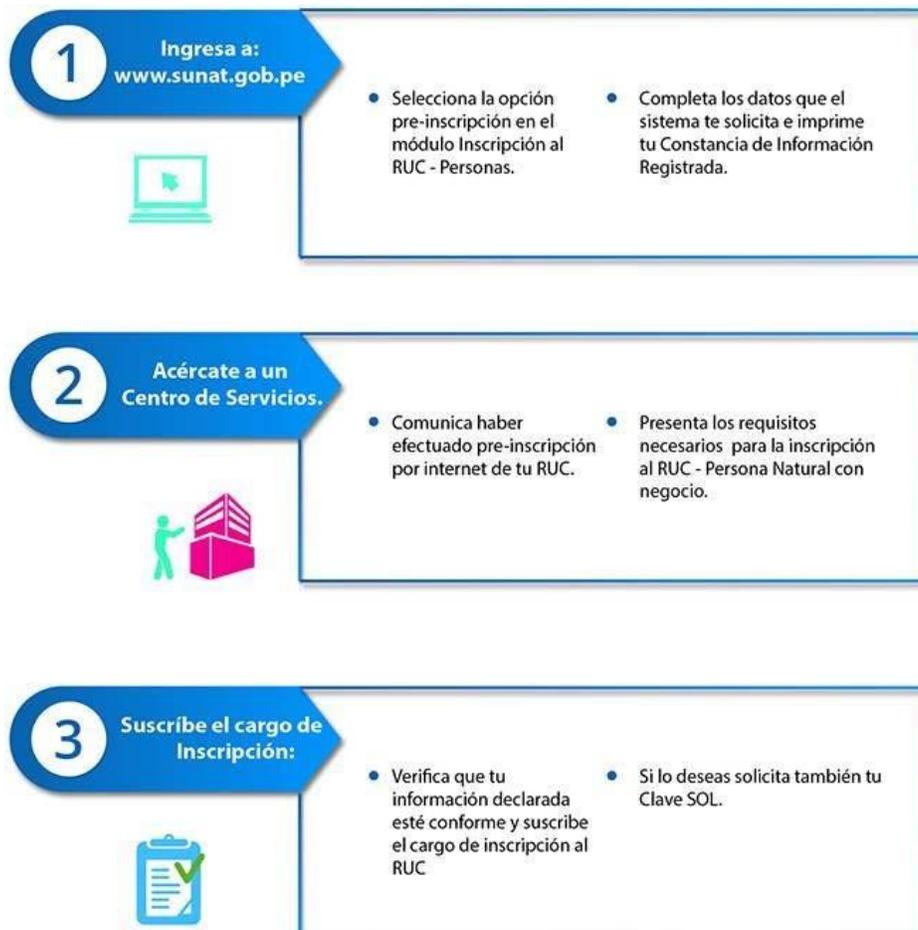
AGREGUE USTED SEÑOR NOTARIO, LO QUE FUERE DE LEY Y SÍRVASE CURSAR PARTES CORRESPONDIENTES AL REGISTRO DE PERSONAS JURIDICAS.

NOTARIO PÚBLICO

S.R.L. PARA SU RESPECTIVA INSCRIPCION .1

VIERNES 22 DE FEBRERO DEL 2020

ANEXO 3 – Pasos de la inscripción del RUC



Pasos para inscribirte al RUC usando la Preinscripción por Internet

- 1 Ingresar al Portal de la SUNAT: www.sunat.gob.pe, selecciona la opción pre-inscripción en el módulo Inscripción al RUC - Personas, y completa los datos que el sistema te solicita. No olvides imprimir tu Constancia de Información Registrada
- 2 Acércate a un [Centro de Servicios de la SUNAT](#) de tu jurisdicción solicita atención rápida indicando haber efectuado pre-inscripción por internet, presenta los requisitos necesarios para la inscripción al RUC – Persona con Negocio.
- 3 Verifica tu información registrada y suscribe el cargo de Inscripción al RUC. Si lo deseas solicita también tu Clave SOL

ANEXO 4 – REGIMENES TRIBUTARIOS

CONCEPTOS	NUOVO RUS	RÉGIMEN ESPECIAL	RÉGIMEN MYPE TRIBUTARIO	RÉGIMEN GENERAL												
PERSONA NATURAL ¹	SI	SI	SI	SI												
PERSONA JURÍDICA	NO	SI	SI	SI												
LÍMITE DE INGRESOS	Hasta S/ 96,000 de ingresos brutos anuales u S/ 8,000 mensuales	Hasta S/ 525,000 anuales de ingresos netos	Hasta 1,700 UIT de ingresos netos	Sin límite												
LÍMITE DE COMPRAS	Hasta S/ 96,000 anuales u S/ 8,000 mensuales	Hasta S/ 525,000 anuales	Sin límite	Sin límite												
COMPROBANTES DE PAGO QUE PUEDEN EMITIR	<ul style="list-style-type: none"> Boleta de venta Tickets que no generen crédito fiscal, gasto o costo. 	Factura, boleta de venta y los demás permitidos.	Factura, boleta de venta y los demás permitidos.	Factura, boleta de venta y los demás permitidos.												
DECLARACIÓN ANUAL - RENTA	NO	NO	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Renta Neta Anual</th> <th>Tasa</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Hasta 15 UIT</td> <td>10 %</td> </tr> <tr> <td>Más de 15 UIT</td> <td>29.50 %</td> </tr> </tbody> </table>	Renta Neta Anual	Tasa	Hasta 15 UIT	10 %	Más de 15 UIT	29.50 %	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Renta Neta Anual</th> <th>Tasa</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>29.50 %</td> </tr> </tbody> </table>	Renta Neta Anual	Tasa		29.50 %		
Renta Neta Anual	Tasa															
Hasta 15 UIT	10 %															
Más de 15 UIT	29.50 %															
Renta Neta Anual	Tasa															
	29.50 %															
PAGO DE TRIBUTOS MENSUALES	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Ingresos hasta S/</th> <th>Compras hasta S/</th> <th>Costo mensual S/</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>5,000</td> <td>5,000</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>8,000</td> <td>8,000</td> <td>50</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Ingresos hasta S/	Compras hasta S/	Costo mensual S/	1	5,000	5,000	20	2	8,000	8,000	50	<ul style="list-style-type: none"> Renta: Cuota de 1.5% de ingresos netos mensuales. IGV: 18% (incluye el Impuesto de Promoción Municipal). 	<ul style="list-style-type: none"> Renta: Pago a cuenta mensual <ul style="list-style-type: none"> Hasta 300 UIT de ingresos netos anuales: 1% a los ingresos netos obtenidos en el mes. Más 300 UIT hasta 1700 UIT de ingresos netos anuales: El que resulta mayor de aplicar a los ingresos netos del mes un coeficiente o el 1.5%² IGV: 18% (incluye el Impuesto de Promoción Municipal). 	<ul style="list-style-type: none"> Renta: Pago a cuenta mensual. El que resulta mayor de aplicar a los ingresos netos del mes un coeficiente o el 1.5%² IGV: 18% (incluye el Impuesto de Promoción Municipal).
Categoría	Ingresos hasta S/	Compras hasta S/	Costo mensual S/													
1	5,000	5,000	20													
2	8,000	8,000	50													
LIBROS OBLIGADOS A LLEVAR ³	<p>Ninguno</p> <p>Conservar sus comprobantes emitidos y/o recibidos en orden cronológicos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Registro de Compras, y Registro de Ventas 	<ol style="list-style-type: none"> Hasta 300 UIT de ingresos netos anuales, Registro de Ventas, Registro de Compras, Libro Diario de Formato Simplificado. Más de 300 UIT hasta 1,700 UIT de ingresos netos anuales, libros de acuerdo al Régimen General. 	<ol style="list-style-type: none"> De no superar 300 UIT⁴ de ingresos brutos anuales llevan: Registro de Compras, Registro de Ventas y Libro Diario de Formato Simplificado. Desde 300 hasta 500 UIT⁴ de ingresos brutos anuales, llevan: Libro Diario, Libro Mayor, Registro de Compras, Registro de Ventas. Más de 500 hasta 1,700 UIT⁴ de ingresos brutos anuales, llevan: Libro de Inventarios y Balances, Libro Diario, Libro Mayor, Registro de Compras y Registro de Ventas. Más de 1,700 UIT⁴ de ingresos brutos anuales llevan: Contabilidad completa. 												
ACTIVOS FIJOS	Hasta S/ 70,000 (no se computan predios ni vehículos)	Hasta S/ 125,000 (no se computan predios ni vehículos)	Sin límite	Sin límite												
TRABAJADORES	Sin límite	Máximo 10 por turno	Sin límite	Sin límite												

ANEXO 5 - REGIMEN MYPE TRIBUTARIO



LO QUE DEBES SABER SOBRE EL RÉGIMEN MYPE TRIBUTARIO

REQUISITOS

DOMICILIADO
en el país



GENERE RENTA DE TERCERA CATEGORÍA



Asociado SAC

INGRESOS ANUALES NETOS NO SUPEREN LOS 1700 UIT



#Tributacióncada vez más justa

VENTAJAS



Tributación **de acuerdo a la ganancia obtenida.**



Pueden acogerse **todas las actividades económicas.**



Pueden emitir **cualquier tipo de comprobante de pago.**



Simplificación y reducción de costos para el cumplimiento tributario.

OBLIGACIONES

Con Ingresos Netos Anuales:

Hasta 300 UIT	o + de 300 hasta 1700 UIT	+ IGV
↓	↓	↓
Pago a cuenta 1%	Coefficiente o 1.5% (*)	18%

(*) Se determina de acuerdo al art. 85 LIR.

Mensual

Annual

Tasas aplicables al Impuesto a la Renta.

Hasta 15 UIT	— 10%
Más de 15 UIT	— 29.5%

Se aplica a la renta neta anual la escala progresiva acumulativa.

LIBROS Y REGISTROS

Con Ingresos Netos Anuales:

Hasta **300 UIT**

→ Registro de Compras.

→ Registro de Ventas.

→ Libro Diario de Formato Simplificado.

Conforme a lo dispuesto por el segundo párrafo el artículo 65 de la Ley del Impuesto a la Renta.

Más de **300 UIT**

Para más información: emprender.sunat.gob.pe/

Síguenos en:  [guiatributaria](#)  [@SUNAToficial](#)



ANEXO 6 – DEPRECIACION

SUMILLA:

Tratándose de maquinaria que es arrendada exclusivamente para su uso en la actividad de construcción, el propietario de dicha maquinaria, para los fines de la determinación del Impuesto a la Renta de su cargo debe aplicar como porcentaje anual máximo de depreciación el 20%.

INFORME N° 196-2006-SUNAT/2B0000

MATERIA:

Se formula la siguiente consulta relacionada con el Impuesto a la Renta:

¿Cuál es el porcentaje de depreciación que correspondería aplicar a una maquinaria de propiedad de una compañía dedicada al arriendo de tales bienes exclusivamente a empresas dedicadas a actividades de construcción?

BASE LEGAL:

- Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto a la Renta aprobado por el Decreto Supremo N° 179-2004-EF, publicado el 8.12.2004 y normas modificatorias (en adelante, TUO de la Ley del Impuesto a la Renta).
- Reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta, aprobado por el Decreto Supremo N° 122-94- EF, publicado el 21.9.1994 y normas modificatorias (en adelante Reglamento del Impuesto a la Renta).

ANÁLISIS:

Para efecto de la presente consulta, se parte de la premisa que la maquinaria objeto de arriendo es usada exclusivamente en la actividad de construcción. En tal

sentido se tiene que:

1. El artículo 38° del TUO de la Ley del Impuesto a la Renta dispone que el desgaste o agotamiento que sufran los bienes del activo fijo que los contribuyentes utilicen en negocios, industria, profesión u otras actividades productoras de rentas gravadas de tercera categoría, se compensará mediante la deducción por las depreciaciones admitidas en la propia ley.

Agrega que las depreciaciones a que se refiere el párrafo anterior se aplicarán a los fines de la determinación del impuesto y para los demás efectos previstos en normas tributarias, debiendo computarse anualmente y sin que en ningún caso puedan hacerse incidir en un ejercicio gravable depreciaciones correspondientes a ejercicios anteriores.

Además, señala que cuando los bienes del activo fijo sólo se afecten parcialmente a la producción de rentas, las depreciaciones se efectuarán en la proporción correspondiente.

El artículo 40° del referido TUO señala que los demás bienes ⁽¹⁾ afectados a la producción de rentas gravadas se depreciarán aplicando, sobre su valor, el porcentaje que al efecto establezca el reglamento.

Añade que en ningún caso se podrá autorizar porcentajes de depreciación mayores a los contemplados en dicho reglamento.

2. Por su parte, el inciso b) del artículo 22° del Reglamento del TUO de la Ley del Impuesto a la Renta, señala que, para el cálculo de la depreciación, los demás bienes afectados a la producción de rentas gravadas de la tercera categoría, se depreciarán aplicando el porcentaje que resulte de la siguiente tabla:

BIENES	PORCENTAJE ANUAL MÁXIMO DE DEPRECIACIÓN
1. Ganado de trabajo y reproducción; redes de pesca	25%
2. Vehículos de transporte terrestre (excepto ferrocarriles); hornos en general	20%
3. Maquinaria y equipo utilizados por las actividades minera, petrolera y de construcción, excepto muebles, enseres y equipos de oficina	20%
4. Equipos de procesamiento de datos	25%
5. Maquinaria y equipo adquirido a partir del 1.1.1991	10%
6. Otros bienes del activo fijo	10%

Se indica además que la depreciación aceptada tributariamente será aquella que se encuentre contabilizada dentro del ejercicio gravable en los libros y registros contables, siempre que no exceda el porcentaje máximo establecido en la tabla antes indicada, para cada unidad del activo fijo, sin tener en cuenta el método de depreciación aplicado por el contribuyente.

- De las normas glosadas, se tiene que los contribuyentes generadores de rentas de tercera categoría autorizados a depreciar los bienes de su activo fijo utilizados en la generación de la renta gravada, deben hacerlo aplicando la depreciación registrada en su contabilidad, considerando como límite a los porcentajes señalados en el Reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta.

De otro lado, la Tabla que establece los porcentajes anuales máximos de depreciación a los fines de la determinación del Impuesto a la Renta, señala

un 20% anual de depreciación para la maquinaria y equipo utilizados, entre otras actividades expresamente indicadas, en la de construcción.

4. De otro lado, el párrafo 53 de la Norma Internacional de Contabilidad (NIC) N° 17– Arrendamientos ⁽²⁾⁽³⁾, prevé que la amortización de los activos amortizables arrendados, tratándose de activos tangibles, se calcula con arreglo a lo establecido en la NIC N° 16–Activo Inmovilizado.

Así, el párrafo 6 de la NIC N° 16 señala que la amortización es la distribución sistemática del importe amortizable de un activo a lo largo de su vida útil e indica además que, la vida útil es el período durante el cual se espera utilizar el activo amortizable por parte de la entidad, o, el número de unidades de producción o similares que se espera obtener del mismo, por parte de la entidad.

En tal sentido, de acuerdo con la NIC citada, el período de amortización de los activos fijos se supedita al período en que se consumen los beneficios económicos futuros incorporados en el activo.

5. Ahora bien, con la finalidad de determinar la depreciación, es necesario tener en cuenta el uso que se da a los activos, pues a partir de ello se puede establecer el período durante el cual se espera utilizar el activo o el número de unidades de producción o similares que se espera obtener; o, el período en que se consumen los beneficios económicos futuros incorporados en el activo. En consecuencia, desde una perspectiva contable, tratándose de bienes cedidos en arrendamiento, a efectos de determinar la vida útil y el importe de amortización asignable a cada período por el arrendador, se debe tener en cuenta el uso que le da al activo el arrendatario.

En el supuesto materia de consulta los bienes objeto de arrendamiento son utilizados exclusivamente para la actividad de construcción, correspondiendo, consecuentemente la aplicación de 20% anual como

porcentaje anual máximo por depreciación, aun cuando el titular del activo no sea considerado constructor.

6. A mayor abundamiento, la Resolución del Tribunal Fiscal N° 351-2-98, ha señalado que la tasa de depreciación debe obedecer a la naturaleza y al uso al cual se destina el activo. En efecto, la indicada Resolución, refiriéndose a un contribuyente que presta servicios a una compañía minera, reconoce que el Reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta, aprobado por Decreto Supremo N° 068-92-EF, establecía en su artículo 68° que la Maquinaria y Equipo utilizados por las actividades minera y petrolera, excepto muebles, enseres y equipo de oficina, se depreciarían en 5 años a un ritmo de 20 por ciento en función al método de línea recta (porcentaje de depreciación recogido por el artículo 22° del Reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta vigente como límite).

Del análisis de la indicada resolución se aprecia que no se requiere necesariamente tener el giro de alguna de las actividades antes señaladas para aplicar el porcentaje de depreciación que corresponda a la actividad en la cual se están usando los bienes generadores de renta gravada.

7. En este orden de ideas, tratándose de maquinaria y equipo que son arrendados exclusivamente para su uso en la actividad de construcción, el propietario de dicha maquinaria y equipo, para los fines de la determinación del Impuesto a la Renta de su cargo debe aplicar como porcentaje anual máximo de depreciación el 20%.

CONCLUSIÓN:

Partiendo de la premisa señalada en el presente Informe, se tiene que tratándose de maquinaria que es arrendada exclusivamente para su uso en la actividad de construcción, el propietario de dicha maquinaria, para los fines de la determinación del Impuesto a la Renta de su cargo debe aplicar como porcentaje anual máximo de depreciación el 20%.

Lima, 10 de agosto del 2006.

GLOSARIO

• **ANSOFF:** La matriz de Ansoff es una herramienta de análisis estratégico y de marketing que se enfoca en identificar las oportunidades de crecimiento de una empresa.

• **BASC :** El **BASC** (Business Anti-Smuggling Coalition o Coalición Empresarial Anticontrabando) es un programa de cooperación entre el sector privado y organismos nacionales y extranjeros, creado para fomentar un comercio internacional seguro. ... Deben tener certificación BASC todas las empresas que se dediquen al mercado exportador.

• **BRC:** BRC son las siglas de British Retail Consortium, la asociación de cadenas de alimentación británicas que, en 1998 editaron una norma (norma o protocolo BRC) para la gestión de la seguridad alimentaria que comenzaron a exigir a sus proveedores de marcas blancas.

• **BPA :** Buenas Prácticas Agrícolas para los mercados internacionales.

• **ERP Cloud:** Es un Software as a Service que permite a los usuarios acceder a la solución de gestión a través de Internet.

• **EXTINTOR CLASE A:** Se denominan fuegos de clase A, los que se producen en combustibles sólidos que producen brasas, por ejemplo: papel, cartón, madera, plásticos, etc. Y solo se apagan con un extintor de clase A.

• **FUERZAS DE PORTER:** Las 5 fuerzas de Porter es un modelo que nos permite analizar el nivel de competencia de nuestra organización dentro del sector al que pertenecemos.

• **ISO:** Las siglas de esta norma corresponden a International Organization for Standardization (Organización Internacional de Normalización). Es un órgano que se encarga de crear normas internacionales.

• **GLOBAL GAP:** Es un conjunto de normas agrícolas reconocidas internacionalmente y dedicadas a las Buenas Prácticas de Agricultura (**GAP**). A través de la certificación, los productores demuestran su adherencia a las Normas GLOBALGAP.

- **HACCP:** Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos. El Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (APPCC o HACCP, por sus siglas en inglés) es un proceso sistemático preventivo para garantizar la inocuidad alimentaria, de forma lógica y objetiva.

- **ODOO ERP:** Es un sistema que utiliza flujos de trabajo flexibles y dinámicos, personalizables conforme a necesidades específicas. Permite editar y modificar flujos de trabajo directamente desde la pantalla, de manera gráfica e intuitiva, gracias a su potente sistema de generación de flujos de trabajo

- **PACKING:** El packing se refiere al empaque, el embalaje y el envase de los productos.

- **SMETA:** significa Sedex Members Ethical Trade Audit (Auditoría de comercio Ético a Miembros Sedex) es una auditoría usada por las marcas y minoristas miembros de Sedex. Sedex es una plataforma online que permite a las compañías almacenar y ver datos sobre prácticas de negocio éticas y responsables.

- **SUNAFIL:** La Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral.