



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

**PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ABONO  
FERTILIZANTE CON PUNTO AZUL EN EL DEPARTAMENTO  
DE HUÁNUCO**



**PRESENTADO POR  
ROY DANIEL CASTAÑEDA LIBIA**

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

**LIMA – PERÚ**

**2019**



**CC BY-NC-ND**

**Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada**

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

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



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

**PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ABONO FERTILIZANTE CON  
PUNTO AZUL EN EL DEPARTAMENTO DE HUÁNUCO**

**PARA OPTAR**

**EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**PRESENTADO POR:**

**ROY DANIEL CASTAÑEDA LIBIA**

**LIMA, PERÚ**

**2019**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo se lo dedico en primer lugar a Dios por permitirme lograr mis metas; segundo a mis padres: Adalberto Daniel y Sonia Luz; tercero a mis hermanos: José y Yahaira.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por darme la posibilidad de desarrollar mi plan de negocio con perseverancia, concentración; a mis padres por el apoyo permanente a mis hermanos por los consejos y a mis abuelas: Juana y Miguelina

## TABLA DE CONTENIDO

|   |           |
|---|-----------|
| <b>ESTRUCTURA DEL PLAN.....</b>   | <b>16</b> |
| <b>2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES .....</b>                             | <b>17</b> |
| 2.1 Nombre o razón social .....   | 17        |
| 2.2 Actividad económica y codificación CIU .....                            | 17        |
| 2.3 Ubicación, factibilidad municipal y sectorial .....                     | 18        |
| 2.3.1 Ubicación .....   | 18        |
| 2.3.2 Factibilidad Municipal.....   | 20        |
| 2.3.3 Factibilidad Sectorial .....  | 21        |
| 2.4 Objetivos de la empresa, principio de la empresa en marcha .....        | 21        |
| 2.4.1 Objetivos de la empresa .....   | 21        |
| 2.4.1.1 Objetivo General:.....  | 21        |
| 2.4.2. Misión.....  | 22        |
| 2.4.4 Valores .....   | 22        |
| 2.4.5 Principios .....  | 23        |
| 2.4.6 Políticas y Cultura Organizacional.....                               | 25        |
| 2.5 Ley de MYPE, Micro y Pequeña Empresa.....                               | 26        |
| 2.6 Estructura Orgánica .....   | 27        |
| 2.6.1 Principales Funciones del Personal .....                              | 27        |
| 2.7 Cuadro de Asignación de Personal.....                                   | 31        |
| 2.8 Forma Jurídica Empresarial .....  | 32        |
| 2.9 Registro de marca y procedimientos en INDECOPI.....                     | 34        |
| 2.10 Requisitos y Trámites Municipales.....                                 | 35        |
| 2.11 Régimen tributario, proceso desde la obtención del RUC .....           | 35        |
| 2.11.1 Requisitos para obtención de RUC .....                               | 35        |
| 2.11.2 Régimen tributario.....  | 36        |
| 2.12 Registro de Planilla Electrónica .....                                 | 38        |
| 2.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral .....                       | 38        |
| 2.14 Modalidad de Contratos Laborales .....                                 | 40        |
| 2.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad Civil de los Accionistas. .... | 41        |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>3. ESTUDIO DE MERCADO.....</b>  | <b>43</b> |
| 3.1 Descripción del Entorno del Mercado: .....   | 43        |
| 3.1.1 Macro Entorno .....  | 43        |
| 3.1.1.1 Análisis FODA.....   | 43        |
| 3.1.1.2 Análisis PEST .....  | 48        |
| 3.1.2 Micro Entorno .....  | 50        |
| 3.1.2.1 Fuerzas competitivas de PORTER .....   | 50        |
| 3.2 Ámbitos de acción del negocio .....  | 54        |
| 3.2.1 Cadena de Valor .....  | 54        |
| 3.3 Descripción del bien o del servicio: .....   | 61        |
| 3.4 Estudio de demanda: .....  | 62        |
| 3.4.1 Dinámica empresarial.....  | 62        |
| 3.4.2 Perspectivas del Sector Agricultura.....   | 63        |
| 3.4.3 Proyección de la demanda .....   | 65        |
| 3.4.1 Muestra .....  | 67        |
| 3.5 Estudio de la oferta .....   | 68        |
| 3.5.1 Empresas que ofertan productos similares .....   | 68        |
| 3.5.2 Reporte de importación de la empresa Molinos & Cia expresado en<br>toneladas y kilogramos..... | 69        |
| 3.5.2.1 Cuestionario.....  | 71        |
| 3.5.3 Fijación de precios.....   | 78        |
| 3.5.3.1 Método basado en los costos.....   | 78        |
| 3.5.3.2 Método basado en la competencia .....  | 78        |
| 3.5.4 Análisis benchmarking.....   | 79        |
| 3.5.5 Cadena de Distribución Física .....  | 80        |
| 3.6 Determinación de la Demanda Insatisfecha.....  | 83        |
| 3.7 Proyecciones y provisiones para comercializar .....  | 85        |
| 3.7.1 Provisiones para comercializar .....   | 85        |
| 3.7.2 Marketing Mix: .....   | 85        |
| 3.7.2.1 Estrategia del Producto .....  | 85        |
| 3.7.2.2 Estrategia del precio .....  | 85        |
| 3.7.2.3 Canal de Distribución.....   | 86        |

|           |  |            |
|-----------|--|------------|
| 3.7.2.4   | Estrategia de Promoción .....  | 86         |
| 3.7.2.5   | Estrategias de Segmentación.....                                     | 89         |
| 3.7.2.6   | Estrategias de posicionamiento.....                                  | 90         |
| 3.8       | Descripción de la política comercial.....                            | 92         |
| 3.9       | Cuadro de la demanda proyectada para el negocio.....                 | 92         |
| <b>4.</b> | <b>ESTUDIO TÉCNICO .....</b>   | <b>94</b>  |
| 4.1       | Tamaño del negocio, factores determinantes.....                      | 94         |
| 4.2       | Proceso y Tecnología .....   | 94         |
| 4.2.1     | Descripción y Diagrama de los Procesos.....                          | 94         |
| 4.2.2     | Capacidad instalada y operativa.....                                 | 98         |
| 4.2.3     | Cuadro de requerimiento de bienes de capital, personal e insumo..... | 98         |
| 4.3       | Localización del negocio, factores determinantes .....               | 100        |
| 4.3.1     | Micro Localización .....   | 100        |
| <b>5.</b> | <b>ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO .....</b>                | <b>103</b> |
| 5.1       | Inversión Fija.....  | 103        |
| 5.1.1     | Inversión Tangible .....   | 103        |
| 5.1.2     | Inversión Intangible .....   | 104        |
| 5.2.      | Capital de Trabajo.....  | 104        |
| 5.3       | Inversión Total.....   | 106        |
| 5.4       | Estructura de la inversión y financiamiento .....                    | 106        |
| 5.5       | Fuentes Financieras.....   | 107        |
| 5.6       | Condiciones de Crédito .....   | 108        |
| <b>6.</b> | <b>ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS .....</b>               | <b>111</b> |
| 6.1       | Presupuesto de los costos .....                                      | 111        |
| 6.3       | Estado de Ganancias y perdidas.....                                  | 115        |
| 6.4       | Presupuesto de Ingresos.....   | 117        |
| 6.5       | Presupuesto de egresos.....  | 117        |
| 6.6       | Flujo de caja proyectado.....  | 119        |
| 6.6.1     | Flujo de caja económico.....   | 121        |
| 6.6.2     | Flujo de caja financiero .....                                       | 122        |
| 6.7       | Balance General .....  | 122        |



|   |            |
|---|------------|
| <b>7. EVALUACIÓN .....</b>                              | <b>124</b> |
| 7.1 Evaluación Económica, Parámetros de Medición .....  | 124        |
| 7.2 Evaluación Financiera, Parámetros de Medición ..... | 125        |
| 7.3 Evaluación Social .....                             | 125        |
| 7.4 Impacto Ambiental.....                              | 126        |
| <b>CONCLUSIONES .....</b>                               | <b>127</b> |
| <b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>                 | <b>131</b> |

## ÍNDICE DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| Tabla 1. Actividad principal del código CIIU .....                                      | 17 |
| Tabla 2. Posibles distritos de ubicación del negocio .....                              | 18 |
| Tabla 3. Análisis de factores ponderados para la localización del negocio .....         | 19 |
| Tabla 4. Costo y Plazo para licencia de funcionamiento .....                            | 21 |
| Tabla 5. Características de las micro, pequeñas y medianas empresas .....               | 26 |
| Tabla 6. Cuadro de asignación de personal fijo .....                                    | 32 |
| Tabla 7. Características de S.A.C. y S.R.L. ....  | 32 |
| Tabla 8. Aporte de socios .....   | 33 |
| Tabla 9. Requisitos para el registro de marca .....                                     | 34 |
| Tabla 10. Requisitos y trámites para obtener licencia de funcionamiento .....           | 35 |
| Tabla 11. Regímenes Tributarios .....   | 36 |
| Tabla 12. Características de los Regímenes Laborales .....                              | 39 |
| Tabla 13. Matriz de Factores Internos .....   | 44 |
| Tabla 14. Matriz de Factores Externos .....   | 45 |
| Tabla 15. MATRIZ FODA .....   | 46 |
| Tabla 16. Indicadores Económicos .....  | 49 |
| Tabla 17. Perfil estratégico de la empresa .....  | 60 |
| Tabla 18. Demanda de fertilizantes del periodo 2014-2018 .....                          | 66 |
| Tabla 19. Aplicación del método de mínimos cuadrados .....                              | 66 |
| Tabla 20. Cálculo de las variables a y b .....  | 66 |
| Tabla 21. Proyección de la demanda de fertilizantes para los años 2020 al<br>2024. .... | 67 |
| Tabla 22. Importaciones de la empresa Molino & CIA .....                                | 69 |
| Tabla 23. Cuadro de resultado al sondeo .....   | 73 |
| Tabla 24. Precio de venta de la competencia .....                                       | 79 |
| Tabla 25. Análisis de Benchmarking .....  | 80 |
| Tabla 26. Evaluación de proveedor .....   | 82 |
| Tabla 27. Determinación de la demanda insatisfecha para el 2020 .....                   | 84 |
| Tabla 28. Presupuesto Projectado de Gasto de Ventas .....                               | 87 |

|   |     |
|---|-----|
| Tabla 29. Demanda proyectada de abono Fertilizante de la empresa<br>Fertilizantes Mix S.A.C ..... | 93  |
| Tabla 30. Diagrama de Gantt del proceso de compra .....   | 96  |
| Tabla 31. Diagrama de Gantt del proceso de venta .....  | 97  |
| Tabla 32. Capacidad de abastecimiento del proveedor .....   | 98  |
| Tabla 33. Cuadro de requerimiento de bienes de capital .....                                      | 98  |
| Tabla 34. Cuadro de requerimiento de personal .....   | 99  |
| Tabla 35. Cuadro de requerimiento de insumos .....  | 99  |
| Tabla 36. Posibles distritos de ubicación del negocio .....                                       | 101 |
| Tabla 37. Análisis de factores ponderados para la localización del negocio ..                     | 101 |
| Tabla 38. Inversión Tangible.....   | 103 |
| Tabla 39. Inversión Intangible .....  | 104 |
| Tabla 40. Capital de trabajo .....  | 104 |
| Tabla 41. Inversión Total .....   | 106 |
| Tabla 42. Estructura de la inversión y financiamiento .....                                       | 106 |
| Tabla 43. Tasas de intereses anuales de capital de trabajo para micro<br>empresas.....            | 107 |
| Tabla 44. Condiciones de crédito.....   | 108 |
| Tabla 45. Cronograma de Pagos .....   | 108 |
| Tabla 46. Costos de Fertilizantes Mix .....   | 111 |
| Tabla 47. Presupuesto de materiales indirectos .....  | 111 |
| Tabla 48. Presupuesto de gasto de personal.....   | 112 |
| Tabla 49. Gastos Fijos .....  | 112 |
| Tabla 50. Presupuesto de gastos administrativos .....   | 112 |
| Tabla 51. Presupuesto de gasto de ventas .....  | 113 |
| Tabla 52. Costos Fijos .....  | 113 |
| Tabla 53. Costos Variables .....  | 113 |
| Tabla 54. Estructura del precio .....   | 114 |
| Tabla 55. Depreciación de activos tangibles (Expresado en soles).....                             | 115 |
| Tabla 56. Amortización de activos intangibles (Expresado en soles) .....                          | 115 |
| Tabla 57. Estado de Ganancias y pérdidas .....  | 115 |

|  |     |
|--|-----|
| Tabla 58. Presupuesto de Ingresos .....                      | 117 |
| Tabla 59. Tasa de inflación de los últimos 5 años.....       | 117 |
| Tabla 60. Promedio de Inflación .....                        | 117 |
| Tabla 61. Presupuesto del costo de venta .....               | 118 |
| Tabla 62. Presupuesto de materiales indirectos .....         | 118 |
| Tabla 63. Presupuesto de gasto de personal.....              | 118 |
| Tabla 64. Gastos fijos .....                                 | 118 |
| Tabla 65. Presupuesto de gastos administrativos .....        | 119 |
| Tabla 66. Presupuesto de gasto de ventas.....                | 119 |
| Tabla 67. Cálculo del Beta.....                              | 120 |
| Tabla 68. Cálculo del COK .....                              | 120 |
| Tabla 69. Costo promedio ponderado de Capital .....          | 121 |
| Tabla 70. Flujo de Caja Económico .....                      | 121 |
| Tabla 71. Flujo de caja financiero (Expresado en soles)..... | 122 |
| Tabla 72. Balance General .....                              | 122 |
| Tabla 73. Periodo de recuperación económica.....             | 124 |
| Tabla 74. Resultados Económicos.....                         | 124 |
| Tabla 75. Periodo de recuperación Financiera.....            | 125 |
| Tabla 76. Resultados Financieros.....                        | 125 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|  |     |
|--|-----|
| Figura 1. Ubicación de la empresa “Fertilizantes Mix SAC.” .....               | 20  |
| Figura 2. Principios de la empresa Fertilizantes Mix S.A.C .....               | 24  |
| Figura 3. Organigrama de la empresa Fertilizantes Mix S.A.C.....               | 27  |
| Figura 4. Planilla Electrónica .....   | 38  |
| Figura 5. Análisis PEST .....  | 47  |
| Figura 6. Análisis PEST .....  | 48  |
| Figura 7. Fuerzas Competitivas de Porter.....                                  | 51  |
| Figura 8. Cadena de Valor de Porter .....                                      | 55  |
| Figura 9. Valor agregado de la empresa.....                                    | 58  |
| Figura 10. Ficha Técnica del producto .....                                    | 61  |
| Figura 11. Producto a Comercializar.....                                       | 71  |
| Figura 12. P1. ¿Cuántas veces siembra al año? .....                            | 73  |
| Figura 13. P2. ¿Qué tipo de fertilizantes usa para la siembra? .....           | 74  |
| Figura 14. P3. ¿Conoce el fertilizante súper compuesto punto azul? .....       | 74  |
| Figura 15. P4 ¿Sabe de la importancia que tiene este producto? .....           | 75  |
| Figura 16. P.5¿conociendo los beneficios del producto, compraría la mezcla .   | 75  |
| Figura 17. P6 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la mezcla de 50kg? .....   | 76  |
| Figura 18. P7 ¿Cuál de estos criterios permite que Ud. compre el producto?..   | 76  |
| Figura 19. P8 ¿Cómo le gustaría enterarse del producto? .....                  | 77  |
| Figura 20. P9 ¿Cuántas toneladas compra al año? .....                          | 77  |
| Figura 21. Cadena de distribución física de la empresa Fertilizantes mix ..... | 81  |
| Figura 22. Cadena de distribución física de la empresa Fertilizantes mix ..... | 83  |
| Figura 23. Beneficios de contar con una página web.....                        | 88  |
| Figura 24. Estrategia de posicionamiento .....                                 | 90  |
| Figura 25. Leyenda.....  | 95  |
| Figura 26. Flujograma de Proceso productivo.....                               | 95  |
| Figura 27. Flujo grama de proceso de ventas .....                              | 95  |
| Figura 28. Flujograma de Compras .....   | 96  |
| Figura 29. Distribución física de las oficinas Fertilizantes Mix.....          | 100 |
| Figura 30. Ubicación de la empresa “Fertilizantes Mix S.A.C.” .....            | 102 |

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocios tiene como objetivo determinar la factibilidad del producto “súper compuesto” en el mercado en el departamento de Huánuco-Amarilis, con la finalidad de asegurar la sostenibilidad de la empresa Fertilizantes Mix S.A.C. en el mediano plazo. La iniciativa de comercializar este producto abono fertilizante con punto azul, es que, en los últimos, años el rubro del sector agro está creciendo por los programas de apoyo de las instituciones y los proyectos que se ejecutan, según el comportamiento del consumidor del mercado este seguirá creciendo.

El producto que se comercializará será obtenido del proveedor que se encuentra en Lima en el distrito de Huachipa la cual se determinó por la calidad del producto y accesibilidad y el costo de flete, ya que esta planta se encuentra en la salida de Lima. El producto que se comercializara será una mezcla de diferentes fertilizantes (Nitrato, Potasio, cloruro y punto azul) este producto se penetrara en el departamento de Huánuco y será un producto Premium, el producto tendrá una presentación de 50 kg a granel cuyo precio de venta será S/ unidad. Según el estudio de mercado el precio de venta de nuestra comparación de nuestros competidores es mayor, la empresa Fertilizantes Mix S.A.C brindara capacitación y charla a los clientes sin incluir costo adicional haciendo esto la diferencia frente a nuestros competidores.

El presente plan de negocios se ha dividido en ocho puntos: organización, aspectos legales, estudio de mercado, estudio técnico, estudio de la inversión y financiamiento, estudio de los costos ingresos y egresos, evaluación y conclusiones y recomendaciones

En el primer punto se encontrará los aspectos legales de las empresas; descripción de la capacidad, régimen laboral, habilidades para poner el negocio. En ese sentido, se menciona datos como el nombre o razón social, la actividad económica, la ubicación y factibilidad del negocio, ley de MYPES, estructura orgánica entre otros.

En el segundo punto se observa el estudio de mercado, este punto determinara las características del consumidor, que mostrara la descripción del mercado, el estudio de la competencia, estudio de la oferta, proyecciones de la demanda insatisfecha entre otros

El tercer punto será el estudio técnico donde este punto se resaltará el tamaño del negocio y los factores determinantes para elegir el punto de ubicación, la descripción del proceso de producción del abono fertilizante punto azul “súper compuesto”

El cuarto y quinto punto se tiene el plan económico financiero, aquí se ha detallado toda la información de carácter económico y financiera del plan de negocios, se ha analizado si estas cumplen con las condiciones de rentabilidad, solvencia y liquidez necesarias para evitar pérdidas y asegurar que el proyecto tenga éxito. Esta sección cubre la inversión fija, el capital de trabajo, las fuentes de financiamiento, los requisitos de crédito, el presupuesto de costos, el punto de equilibrio (que especifica la cantidad de fertilizante a vender), el estado de resultado, el presupuesto de ingresos y gastos, El flujo de caja económico y financiero y balance general.

A partir del análisis económico y financiero, se puede determinar que el negocio es viable, debido a que los flujos económicos y financieros cumplen con las condiciones que se requiere para el proyecto sea aceptado. En este caso en el flujo económico tenemos como resultado el VANE 162,504.23, TIRE 55.95% y B/C S/2.14 y en el flujo financiero el VANF es de S/202,873.05, TIRF 77.10% y el B/C S/3.91, Por lo que resulta que ambos proyectos son positivos y es rentable yaqué cumplen con 3 condiciones  $VAN > 0$ ;  $TIR > COCK$  Y  $B/C > 1$

NOMBRE DEL TRABAJO

**Roy Daniel Castañeda Libia 24 de Agosto .docx**

RECuento DE PALABRAS

**23450 Words**

RECuento DE CARACTERES

**126844 Characters**

RECuento DE PÁGINAS

**116 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**3.2MB**

FECHA DE ENTREGA

**Aug 29, 2023 9:18 AM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Aug 29, 2023 9:20 AM GMT-5**

● **10% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base

- 10% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 2% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Cros:

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)





OFICINA DE GRADOS Y TÍTULOS

CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO TURNITIN

| FECHA      | NOMBRE DEL DOCENTE | CORREO DEL DOCENTE |
|------------|--------------------|--------------------|
| 29/08/2023 |                    |                    |

| NOMBRE DE LA TESIS  |
|---|
| PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ABONO FERTILIZANTE CON PUNTO AZUL EN EL DEPARTAMENTO DE HUÁNUCO |

| NOMBRE DEL ASESORADO(A)    | TELÉFONO Y CORREO                        | ESCUELA PROFESIONAL       |
|----------------------------|--|---------------------------|
| ROY DANIEL CASTAÑEDA LIBIA | 987678507<br>Rdaniel.castaneda@gmail.com | ESCUELA DE ADMINISTRACION |

**RESULTADO:**

|                                       |
|---------------------------------------|
| 10% (EXCLUYENDO CITAS Y BIBLIOGRAFÍA) |
|---------------------------------------|

**CONCLUSIÓN:**

|  |
|--|
| LA TESIS SE ENCUENTRA APTA PARA CONTINUAR CON EL SIGUIENTE TRÁMITE. EL PORCENTAJE DE SIMILITUD ES DE 10% |
|--|

NOMBRE Y FIRMA DEL ASESOR

DNI: .....

ROY DANIEL CASTAÑEDA LIBIA 

NOMBRE Y FIRMA DEL ASESORADO  
DNI .46238759

REVISADO POR: DRA. BARBARA ISABEL PONCE PONCE



## ESTRUCTURA DEL PLAN

| Socios Clave   | Actividades Clave   | Oferta de Valor  | Relación con clientes   | Segmentos de Mercados   |
|--|---|--|---|---|
| <p>-Proveedores de fertilizantes Mix s.a.c</p> <p>Molinos &amp; cia Yara</p> | <p>-Producción y comercialización de abono fertilizante con valor agregado el punto azul.</p>   | <p>Calidad</p> <p>Este es un punto importante para todas las partes vinculadas al plan, desde la empresa proveedora, la empresa comprará abono fertilizante de los proveedores seleccionados de la más alta calidad de esta manera el producto será Premium y tendrá aceptación en el mercado.</p> <p>Precio. Por tener un valor agregado el precio estará un poco elevado que el producto sustituto</p> | <p>-Servicio de post venta, comunicación constante con el cliente.</p> <p>-Promociones y ofertas que permite la fidelización con los clientes.</p> <p>-Publicidad, Merchandising, google adwords y comisionista que permitirá que nuestra empresa se posicione en el mercado.</p> | <p>-El departamento de Huánuco es una zona agrícola, el sembrío es todo el año.</p> |
|  | <p><b>Recursos Clave</b></p> <p>-Infraestructura.</p> <p>-Personal especializado (administración, logística y comercial).</p> <p>-Control de calidad.</p> <p>-Empresa proveedora.</p> <p>- Estrategias para mejorar el proceso de marketing.</p> <p>-Préstamo bancario.</p> |  | <p><b>Canales</b></p> <p>- Página Web, correo, redes sociales y Facebook.</p> <p>-Representantes comerciales.</p>   |   |

## 2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

### 2.1 Nombre o razón social

La empresa será constituida bajo la razón social “**Ferlizantes Mix SAC.**”, haciendo referencia que la empresa se dedica a la producción y comercialización del abono fertilizante con punto azul en el departamento de Huánuco, recalcando que la actividad principal clave para el negocio es la calidad y valor agregado que se le brinda al producto.

La empresa se constituirá como "SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA", ya que sólo tiene 3 socios, por tanto, será una microempresa.

### 2.2 Actividad económica y codificación CIIU

Según (SUNAT, 2019) es una clasificación de actividades cuyo alcance abarca a todas las actividades económicas, las cuales se refieren tradicionalmente a las actividades productivas, es decir, aquellas que producen bienes y servicios.

“Fertilizantes Mix” estará en la siguiente sección por el giro y rubro del negocio a que se dedicará.

**Tabla 1.** Actividad principal del código CIIU

| Descripción CIIU |   |
|------------------|---|
| Sección C        | Industrias manufactureras   |
| División C20     | Fabricación de sustancias y productos químicos  |
| Grupo C201       | Fabricación de sustancias químicas básicas, de abonos y compuestos de nitrógeno y de plásticos y caucho sintético en formas primarias |
| Clase C2012      | Fabricación de abonos y compuestos de nitrógeno   |

**Fuente:** Instituto nacional de estadística e informática

## 2.3 Ubicación, factibilidad municipal y sectorial

### 2.3.1 Ubicación

La localización geográfica de la empresa es un punto crucial dentro del proyecto pues ayudará al buen desarrollo y crecimiento de la misma; una mala decisión en este punto podría significar una pérdida de inversión que se vincularía directamente con el proyecto y por un buen tiempo. La elección de un buen lugar va a determinar el nivel de clientes que se pueden captar para poder mostrarles el producto, esto, a su vez, se transformará en un buen nivel de ventas.

El análisis de la ubicación se realizó utilizando un método de evaluación cuantitativa. Este método tiene en cuenta varios factores que deberían beneficiar a las actividades empresariales, y se evalúa cada uno de ellos. El primer factor fue la selección de los distritos potenciales donde podría ubicarse la empresa, como se muestra en la tabla siguiente:

**Tabla 2.** Posibles distritos de ubicación del negocio

| Opciones | Distritos/Provincias |
|----------|----------------------|
| A        | Amarilis             |
| B        | Huánuco              |
| C        | Pillcomarca          |
| D        | Churubamba           |

**Fuente:** Elaboración Propia

Como se muestra en la Tabla 2, identificamos cuatro distritos potenciales para la ubicación de la empresa: Amarilis, Huánuco, Pillcomarca y Churubamba. Al final se eligió el distrito que cumplía más

criterios, como la seguridad, la proximidad a los clientes, el acceso a los servicios, los costes de alquiler y la comodidad del transporte.

**Tabla 3.** Análisis de factores ponderados para la localización del negocio

| CALIFICACIÓN |           |
|--------------|-----------|
| 1            | Muy malo  |
| 5            | Muy bueno |

| Factores                | Peso relativo | Calificación |             |             |             |
|-------------------------|---------------|--------------|-------------|-------------|-------------|
|                         |               | A            | B           | C           | D           |
| Seguridad               | 15%           | 5            | 4           | 3           | 2           |
| Cercanía con clientes   | 20%           | 4            | 5           | 3           | 2           |
| Acceso a servicios      | 20%           | 5            | 4           | 3           | 2           |
| Costos de alquiler      | 25%           | 5            | 2           | 4           | 3           |
| Facilidad de transporte | 20%           | 5            | 4           | 4           | 3           |
| <b>Total</b>            | <b>100%</b>   | <b>3.80</b>  | <b>2.90</b> | <b>2.65</b> | <b>1.85</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

Como se muestra en la Tabla 3, se asignó un peso relativo a cada factor y, a continuación, se dio una calificación a cada uno de los distritos potenciales, obteniéndose los siguientes resultados:

Distrito de Amarilis obtuvo una calificación total de 3.80 puntos

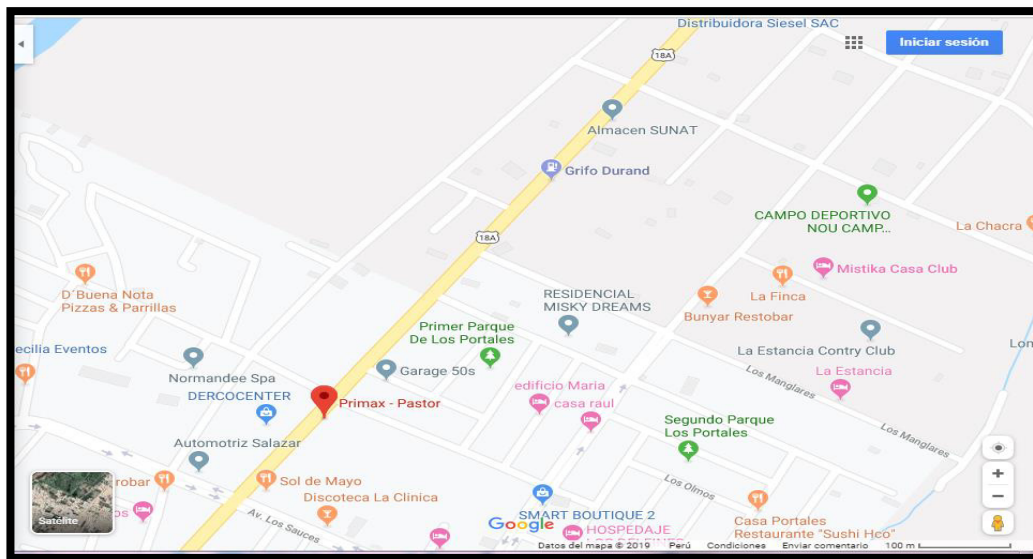
Distrito de Huánuco obtuvo una calificación de 2.90 puntos

Distrito de Pillcomarca obtuvo una calificación de 2.65 puntos

Distrito de Churubamba obtuvo una calificación de 1.85 puntos

Finalmente, la oficina y el almacén se ubicarán en el distrito de Amarilis, en el departamento de Huánuco, para la recepción de mercancías, porque obtuvo la puntuación más alta en el método del factor ponderado.

**Figura 1.** Ubicación de la empresa “Ferlizantes Mix SAC.”



**Fuente:** Google Maps

La ubicación exacta de nuestro establecimiento se especificará en las líneas siguientes:

Como se muestra en la Figura 1, el negocio se ubicará en la Urb. Fundo Zevallos N° 2 Amarilis, en la Carretera Central Huánuco Tingo María, esto se eligió por varios factores: Accesibilidad, longitud del local, costo del alquiler del local.

### **2.3.2 Factibilidad Municipal**

El coste de la obtención de una licencia comercial para un establecimiento con una superficie de 100 m<sup>2</sup> a 500 m<sup>2</sup> es de S/278,10, y el Certificado y la Resolución de Unidad se entregarán en un plazo de 15 días.

**Tabla 4.** Costo y Plazo para licencia de funcionamiento

| <b>Licencia de Funcionamiento</b> |   |
|-----------------------------------|---|
| Costo (hasta 500 m2)              | S/278.10  |
| Plazo Máximo                      | 10 días hábiles, contados a partir del día siguiente de la presentación del expediente. |

---

**Fuente:** Municipalidad distrital de Amarilis

Elaboración propia

### **2.3.3 Factibilidad Sectorial**

De acuerdo a la Ley N°28976, Ley Marco de Licencia de Funcionamiento, no es necesario un certificado de zonificación o compatibilidad de uso para el trámite de licencia de funcionamiento, pero si se hará una inspección de Defensa Civil que consiste en la verificación de forma ocular del cumplimiento o incumplimiento de las normas de seguridad.

## **2.4 Objetivos de la empresa, principio de la empresa en marcha**

### **2.4.1 Objetivos de la empresa**

#### **2.4.1.1 Objetivo General:**

- Evaluar la rentabilidad de nuestra empresa Fertilizante Mix S.A.C en la producción y comercialización de abono fertilizante en un periodo de 5 años.

#### **2.4.1.2 Objetivos Específicos:**

- Incrementar las ventas anuales en 3% en el año 2021.
- Reducir costos en la adquisición de materia prima.

- Optimizar continuamente los costes de los agentes que intervienen en el proceso.
- Determinar la rentabilidad del proyecto mediante el análisis financiero.

#### **2.4.2. Misión**

Según (Roberto Espinoza, 2014) define la misión principalmente como la labor o actividad en el mercado, además, se puede completar haciendo referencia al público hacia el que va dirigido y con la singularidad, particularidad o factor diferencial, mediante la cual desarrolla su labor o actividad.

“Somos una empresa especializada en la producción y distribución de abono con punto azul “súper compuesto” para el sector agrario para que tengan buen calidad y producción.

#### **2.4.3 Visión**

Según (Jack Fleitman, 2016) la visión se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad.

“Ser reconocida en 2024 como una empresa de la región Huánuco que comercializa productos de alta calidad a precios competitivos”.

#### **2.4.4 Valores**

Según (Juan Carlos Jimenez, 2016) El buen o mal funcionamiento de la organización está determinado por la solidez de sus valores, los cuales funcionan como una especie de sistema operativo que nos indica la forma adecuada para solucionar necesidades, y nos permite asignarle



prioridad a cada una. Establecen reglas para el compromiso diario de los miembros y dan a todos un sentido de dirección compartido.

Los valores fundamentales de la empresa Fertilizantes Mix S.A. C. sirven como marco para el comportamiento de nuestros empleados y brindan beneficios tanto internos como externos.

- **Respeto**

Generar una conducta de respeto en las instalaciones de la empresa entre colaborador y cliente.

- **Honestidad**

Al utilizar adecuadamente la información y los recursos, comportarse con transparencia tanto dentro como fuera de la organización.

- **Valoración del capital humano**

Dado que la empresa otorga un gran valor a su capital humano, se alienta a todos los empleados a buscar oportunidades profesionales y se valoran y reconocen sus esfuerzos por sus logros.

- **Compromiso**

Cumplir con la promesa de satisfacer a tus clientes, trabajar para cumplir con los objetivos de la empresa mediante la producción de productos de alta calidad que sean oportunos y productivos.

- **Confianza**

Reconocer la experiencia de nuestro personal. Con la ayuda de esto, le damos a cada uno de ellos la autoridad que requieren para tomar las mejores decisiones.

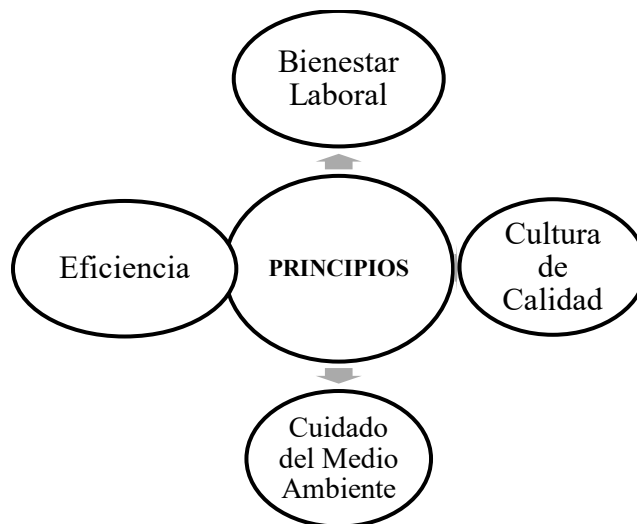
#### **2.4.5 Principios**

Según (Americo Usal, 2012) señala que los principios son el conjunto de valores, creencias, normas, que orientan y regulan la vida de la organización. En ellos se sustentan la visión, misión, estrategia y objetivos

estratégicos. Estos valores se reflejan y se hacen realidad en nuestra cultura, así como en nuestra forma de actuar, pensar y comportarnos.

La empresa “Fertilizantes Mix S.A.C” tiene los siguientes principios

**Figura 2.** Principios de la empresa Fertilizantes Mix S.A.C



**Fuente.** Elaboración Propia

Ahora vamos a entrar en más detalle sobre cada uno de ellos:

- **Eficiencia:**  
Todos los trabajadores tienen claro los objetivos de la empresa, por tanto, están comprometidos a trabajar en equipo y obtener buenos resultados en cada área.
- **Bienestar Laboral:**  
La empresa está obligada a dar a sus empleados un trabajo de calidad suficiente, para asegurar su bienestar físico y psíquico, y, lo más importante, para fomentar el crecimiento profesional a través de la formación y capacitación para el desarrollo profesional.
- **Cultura de Calidad:**  
En beneficio de nuestros clientes y empleados, la empresa debe buscar incrementar la productividad en las operaciones a través de una política de mejora continua. Para ello, se realizará un estudio de

campo de cada nuevo producto que se introduzca en el mercado con el fin de evaluar los resultados.

- **Cuidado del medio ambiente:**

El negocio está dedicado a preservar y mejorar el medio ambiente, y como resultado, estamos dedicados a llevar a cabo iniciativas que apoyen el desarrollo sostenible de la nación.

#### **2.4.6 Políticas y Cultura Organizacional**

Según ( Gutiérrez Fierro, Melissa, 2013) manifiesta que la cultura organizacional es un conjunto de creencias, hábitos, costumbres y valores, conocidos por todos los colaboradores de la organización y es una variable importante de conocer como futuros gerentes, ya que a través de una cultura organizacional dominante se obtiene una ventaja competitiva.

Las políticas de una empresa son los medios para establecer y difundir los valores de la misma, los cuales se traducen en patrones de conducta y los procedimientos a seguir ante ciertas circunstancias; es decir, estas van a dictar las conductas que espera la empresa de sus trabajadores como de los terceros que se relacionan con esta, y la forma de desarrollarlas, así como también las conductas indeseadas y la forma de actuar ante ellas (Casanovas, 2013).

Las políticas definidas para la empresa

- Los empleados vestirán ropa casual durante el horario laboral de 9:00 am a 6:00 pm de lunes a viernes y ropa casual los sábados de 9:00 am a 1:00 pm.
- Se brinda un servicio personalizado a cada uno de nuestros clientes, y agradecemos cualquier comentario o idea que nos envíen por correo electrónico u otros medios electrónicos.
- Dentro de los días hábiles, el tiempo de respuesta de los correos electrónicos no debe exceder las 24 horas.
- Los miembros del equipo que se desempeñen mejor y alcancen los objetivos mensuales recibirán recompensas de productividad, como tarjetas de regalo o entradas para el cine.

- La remuneración de los colaboradores será cada día 30 del mes.
- No debe haber intercambio de palabras fuertes en la empresa.
- Los colaboradores deben usar el uniforme (polo o camisa manga larga) de la empresa.
- Prohibido dar la mezcla adecuada a la competencia.

## 2.5 Ley de MYPE, Micro y Pequeña Empresa

Según ( Atahuaman Sumarán, Clotilde, 2013) señala la ley que fue publicada el 02 de Julio del 2013 y modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial” la modificación que incorpora la Ley N.º 30056 es la inclusión de una nueva categoría empresarial que es la “mediana empresa”, que si bien no goza de beneficios laborales, dado que con su incorporación se busca impulsar la (re)organización empresarial. Esto significa que, con base en sus niveles de ventas anuales, todas las micro, pequeñas y medianas empresas deben determinar la categoría empresarial a la que pertenecen.

**Tabla 5.** Características de las micro, pequeñas y medianas empresas

### LEY N°30056

| Categoría Empresarial | Ventas Anuales en UIT                 | Ventas Anuales en S/.                         |
|-----------------------|---------------------------------------|---|
| Microempresa          | Hasta 150 UIT                         | S/. 630, 000                                  |
| Pequeña Empresa       | Superior a 150 UIT hasta 1, 700 UIT   | Superior a S/. 6300, 000 hasta S/.7' 140, 000 |
| Mediana Empresa       | Superior a 1, 700 UIT hasta 2,300 UIT | Superior a 7' 140, 000 hasta S/.9' 660, 000   |

**Fuente:** Elaboración Propia en base a SUNAT

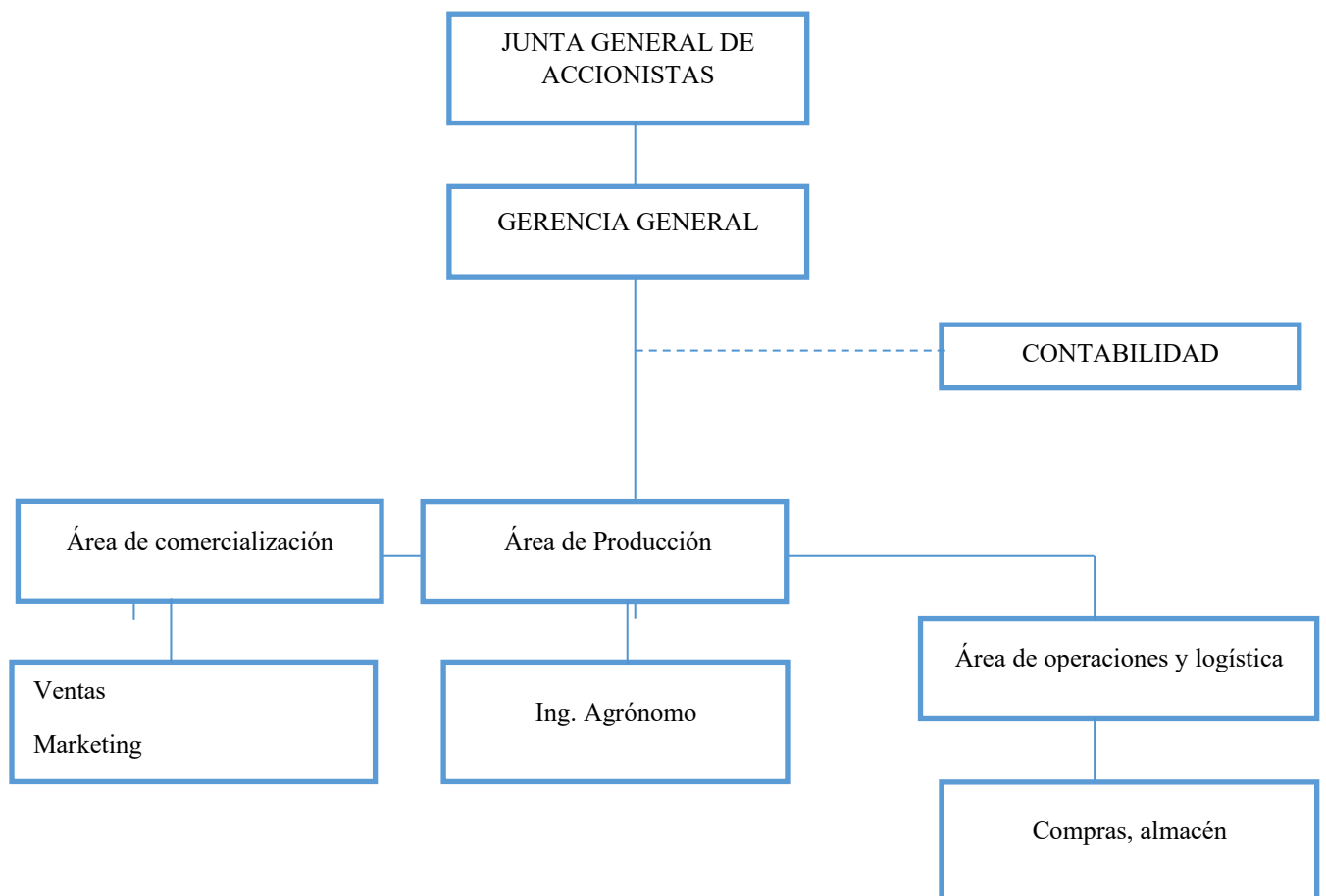
\* Las regulaciones anuales rigen el monto de la UIT. La designación de la UIT para 2019 es de S/. 4, 200.

En la Tabla se muestra la empresa Fertilizante Mix S.A.C que se basará en Ley Mipyme 30056.

## 2.6 Estructura Orgánica

La estructura interna de Fertilizantes Mix S.A.C busca mantener la competitividad en el mercado, debe abordar los objetivos y requisitos de la organización y, al mismo tiempo, centrarse en el cliente. El objetivo principal es definir roles y deberes para las diversas tareas que debe realizar cada miembro de la organización.

**Figura 3.** Organigrama de la empresa Fertilizantes Mix S.A.C



### 2.6.1 Principales Funciones del Personal

Cuando se tenga realizado el organigrama, se establecen las funciones que debe realizar cada departamento o área para definir con precisión los roles de cada colaborador y las cualidades que debe poseer

cada persona. Para Fertilizantes Mix S.A.C las principales funciones se establecerán por cada área

- **Junta General de Accionistas**

Según (Ley general de sociedades, 2010) La administración y supervisión de la empresa son sus principales responsabilidades, de ahí el nombre de "órgano que gobierna una empresa". Entre sus principales funciones se tiene:

- Evaluar y tomar decisiones para el buen funcionamiento de la empresa.
- Examinar las inversiones realizadas por la empresa y sus estados financieros.
- Pronunciamiento sobre la gestión corporativa y los resultados económicos del año anterior como se muestra en los estados financieros del año anterior.
- Decide cómo aplicar las utilidades.
- La junta directiva debe disolverse y deben nombrarse reemplazos.
- Modificación el estatuto.
- Incrementar o disminuir el capital social;
- Emisión de obligaciones
- Aceptar la transformación, fusión, escisión, reorganización y disolución de la sociedad y decidir sobre su liquidación.

- **Gerente General**

Ante todas las autoridades fiscales, sociales, laborales, judiciales, administrativas, municipales, políticas y demás autoridades

gubernamentales, actúa como representante legal de la empresa. Algunas de sus funciones son:

- Planifica estratégicamente las actividades, políticas y objetivos de la empresa, asegurando el cumplimiento de todos los requisitos legales, contables y sociales que inciden en el negocio.
- Ejecuta las decisiones aprobadas por el directorio y es el responsable de reportar acerca del desempeño de la organización.
- Crea, desarrolla y lleva a cabo el presupuesto anual y el plan de negocios antes de presentarlos para su aprobación a la junta directiva.
- Supervisar el logro de las metas de cada departamento y el desempeño en relación con esas metas.

- **Área de Comercialización**

- Establecer los objetivos de la acción comercial, así como las actividades que se deben desarrollar para captar y mantener a los clientes.
- Gestiona y lleva a cabo estrategias de marketing para impulsar las ventas, defenderse de la competencia y satisfacer las demandas de los consumidores.
- Organiza reuniones para atraer clientes potenciales y promociona el producto dando discursos y consejos.
- Responsable de mantener un seguimiento en las órdenes de venta y cotizaciones con el fin de brindar un excelente servicio al cliente.
- Considere realizar un análisis de mercado, sector y competidores.

- Identifica el perfil del cliente y calcula la demanda del mercado.
  - Analiza las tendencias
  - Crear estrategias de posicionamiento.
  - Encuentra intermediarios y negocia costos y términos.
  - Planificar, crear e implementar campañas publicitarias.
  - Establecer estrategias de comercialización.
  - Mantener la atención postventa.
  - Realiza el seguimiento al servicio post - venta
- **Asistente de Operaciones y Logística**
    - Encargado de gestionar y organizar las compras de productos fertilizantes.
    - Garantiza la recepción, el acondicionamiento y el almacenamiento adecuados del producto al tiempo que coordina la gestión del almacén.
    - Ejecuta la carga y descarga del producto, así como la programación de rutas estables de transferencia para despacho de pedidos.
    - Planificar los tiempos de llegada y entrega del producto.
    - Seleccione los proveedores apropiados después del análisis.
    - Organiza las operaciones comerciales internas (entre el personal).
    - Establecer instrucciones para la logística.
- **Auxiliar de Almacén**
    - Los productos terminados que se conservarán en el depósito deberán ser debidamente descargados, acondicionados y almacenados en el lugar adecuado.



- Preparación la mercancía para la entrega.
- El proceso para el despacho y entrega del pedido del cliente se coordina con el asistente de logística.

- **Contador**

Estará a cargo de mantener la exactitud de los registros contables y cálculos de impuestos de la empresa. Visitará la oficina una vez por semana para conocer las transacciones que se completaron y realizar un seguimiento de la facturación y los gastos, lo que le permitirá preparar, fácilmente, estados de cuenta mensuales.

- **Especialista de Control de Calidad (Ingeniero agrónomo)**

Será el responsable de la mezcla del producto “abono súper compuesto punto azul” para un mejor rendimiento en el campo de la agricultura.

El deber principal del Ingeniero Agrónomo será inspeccionar la línea de producción y los días en que la planta está programada para producir el producto. De esta manera, puede asegurarse de que todo se haga de acuerdo con las especificaciones del producto y que el producto sea de la calidad deseada. Este individuo también debe revisar la compra de materia prima para asegurarse de que se haya realizado en las mejores condiciones y que cumpla con los estándares requeridos.

## **2.7 Cuadro de Asignación de Personal**

El cuadro de asignación de personal hace referencia a la distribución de sueldos que se detallan a continuación:

**Tabla 6.** Cuadro de asignación de personal fijo

| Descripción          | N° de empleados | Pago mensual | Pago anual | CTS 1 Sueldo | Gratificación 2 sueldos | Vacaciones | Subtotal | ESSALUD 9% | Total anual   |
|----------------------|-----------------|--------------|------------|--------------|-------------------------|------------|----------|------------|---------------|
| Gerente General      | 1               | 2,000        | 23,000     | 1,000        | 2,000                   | 1,000      | 27,000   | 2,430      | 29,430        |
| Asistente de ventas  | 1               | 1,000        | 11,500     | 500          | 1,000                   | 500        | 13,500   | 1,215      | 14,715        |
| Asistente de compras | 1               | 1,000        | 11,500     | 500          | 1,000                   | 500        | 13,500   | 1,215      | 14,715        |
| Ing., agrónomo       | 1               | 1,500        | 17,250     | 750          | 1,500                   | 750        | 20,250   | 1,823      | 22,073        |
| Auxiliar de Almacén  | 1               | 930          | 10,695     | 465          | 930                     | 465        | 12,555   | 1,130      | 13,685        |
| <b>TOTAL</b>         | <b>5</b>        | <b>6,430</b> |            | <b>0</b>     | <b>6,430</b>            |            |          |            | <b>94,617</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

## 2.8 Forma Jurídica Empresarial

Según, (RPP NOTICIAS, 2015), hay diferentes modalidades para la constitución de empresa, en este caso se mostrarán las características de sociedad de responsabilidad limitada y sociedad anónima cerrada que se ajustan al giro del negocio:

**Tabla 7.** Características de S.A.C. y S.R.L.

|                 | SRL   | SAC   |
|-----------------|---|---|
| Características | De 2 a 20 socios  | De 2 a 20 accionistas.  |
| Denominación    | Las palabras "Sociedad de Responsabilidad Limitada" o las siglas se colocan después de la denominación S.R.L.                           | El nombre va seguido de la palabra "Sociedad Anónima Cerrada" o la abreviatura "SAC".       |
| Órganos         | Junta General de Socios y Gerencia  | Junta General de Accionistas, Directorio (opcional) y Gerencia                              |
| Capital social  | Representado por acciones y cada acción debe ser pagada al menos el 25%.  | Aportes en moneda local y/o extranjera y aportes en tecnología intangible.                  |
| Duración        | Indeterminada   | Determinado o Indeterminado   |
| Transferencia   | La escritura pública que formaliza la transmisión de las acciones requiere su inscripción en el Registro Público de Personas Jurídicas. | El Libro de Registro de Acciones de la Sociedad debe reflejar la transferencia de acciones. |
| Reserva legal   | Es imperativo hacer una reserva legal.  | No se requieren reservas legales.   |

**Fuente:** Proinversión, año 2012

**Elaboración:** Propia

El tipo de forma empresa seleccionado para lanzar “Fertilizantes Mix” S.A.C. Se constituirá como una sociedad cerrada porque tendrá tres accionistas que aportarán dinero y bienes como se muestra en la tabla 8. La empresa cumplirá con ciertos criterios porque es una nueva empresa en el mercado. La estructura organizativa incluye una asamblea general anual de accionistas, la gerencia general, y la duración es indeterminada.

**Tabla 8.** Aporte de socios

| <b>Nombre del Accionista</b> | <b>Capital</b> | <b>Valor nominal</b> | <b>Acciones</b> | <b>%</b>    |
|------------------------------|----------------|----------------------|-----------------|-------------|
| Primer accionista            | 48,770         | 10                   | 4,877           | 70%         |
| Segundo accionista           | 13,934         | 10                   | 1,393           | 20%         |
| Tercer accionista            | 6,967          | 10                   | 697             | 10%         |
| <b>Total aporte propio</b>   | <b>69,672</b>  |                      | <b>0</b>        | <b>100%</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

Debido a los beneficios en la transferencia de acciones y que no se cotiza en bolsa del mercado de valores, se seleccionó una sociedad anónima cerrada con base en las características de la forma jurídica. Las acciones de una sociedad anónima cerrada no pueden registrarse en dicho registro, protegiendo la privacidad de las transferencias de acciones, mientras que las transferencias de acciones de una sociedad de responsabilidad limitada son información pública. Una sociedad anónima cerrada es un tipo de pequeña empresa que tiene un número mínimo de accionistas y socios conocidos, como es el caso de este plan de negocios.

## 2.9 Registro de marca y procedimientos en INDECOPI

Según (INDECOPI, 2019) La empresa “Fertilizantes Mix” ha elaborado un producto nuevo en el mercado, el producto que se ha elaborado es “Súper compuesto papa sierra”

INDECOPI es la entidad encargada de otorgar el registro de marcas.

Los requisitos se enumeran en la tabla siguiente.

**Tabla 9.** Requisitos para el registro de marca

| N° | Requisitos   |
|----|--|
| 1  | Se necesitan tres ejemplares del formulario de solicitud de registro de marca. Los detalles del formulario de solicitud figuran en el Anexo 03 |
| 2  | Proporciona los datos de identificación del solicitante (número de identificación fiscal y datos de identificación del representante).         |
| 3  | Indica una dirección para la entrega de notificaciones dentro de Perú (incluyendo referencias, si procede).                                    |
| 4  | Especifica el tipo de marca cuyo registro se solicita, si es denominativa, mixta, tridimensional, figurativa u otra.                           |
| 5  | Para diferenciar los productos deseados (con el símbolo y la clase solicitados), hay que registrarlos e identificarlos.                        |
| 6  | Firmar la solicitud  |
| 7  | Presenta un justificante del pago de la tasa de tramitación (equivalente al 13,90% de la UIT).   |

**Fuente:** Elaboración propia en base a el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI)

## 2.10 Requisitos y Trámites Municipales

Según (municipalidad distrital de Amarilis , 2019) Todos estos trámites se deben realizar en la municipalidad distrital de Amarilis: los requisitos para la obtención de licencia son según el tamaño del local.

**Tabla 10.** Requisitos y trámites para obtener licencia de funcionamiento

| Establecimientos de 100 a 500 m2   |
|--|
| Formato único de tramite   |
| Ficha RUC y copia DNI  |
| Declaración jurada de defensa civil  |
| Aprobación de la inspección técnica de seguridad en edificios de protección civil. |
| Pago de tramite S/278.10   |

**Fuente:** Municipalidad distrital de Amarilis – Huánuco

## 2.11 Régimen tributario, proceso desde la obtención del RUC

### 2.11.1 Requisitos para obtención de RUC

Como Fertilizantes Mix ejercerá una actividad económica en Perú, es necesario que tenga un número de RUC.

Los procesos para la obtención del RUC son:

- Número de identificación del representante legal de la persona jurídica.
- Un registro o documento electrónico certificado emitido por Registros Públicos, que no debe tener una antigüedad superior a treinta (30) días naturales.
- Documento privado o público en el que consta el domicilio que se declara como residencia fiscal.

## 2.11.2 Régimen tributario

Según (SUNAT, 2019) Los Régimen Tributarios son categorías que ha establecido la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT) donde tanto las personas naturales como las jurídicas que inicie o ya tenga un negocio deberán registrarse pues establece los niveles de pagos de impuestos nacionales que deberán aportar.

El sistema tributario peruano ofrece cuatro opciones: el Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS), el Régimen Especial de Renta (RER), el Régimen General (RG) y el Régimen Tributario MYPE (RMT). Cada una de estas opciones tiene características y beneficios diferentes, por lo que es necesario analizarlas para determinar cuál es la más conveniente. La tabla 11 muestra las principales características de cada régimen.

**Tabla 11.** Regímenes Tributarios

| Conceptos                  | NRUS   | RER   | RMT  | RG  |
|----------------------------|--|---|--|---|
| Persona Natural            | Sí   | Sí  | Sí   | Sí  |
| Persona Jurídica           | No   | Sí  | Sí   | Sí  |
| Límites de ingresos        | Hasta S/. 96,000 anual o S/. 8,000 mensual   | Hasta S/. 525,000 anual   | S/. Ingresos netos que no superen 1700 UIT   | Sin límite  |
| Límites de compras         | Hasta S/. 96,000 anual o S/. 8,000 mensual   | Hasta S/. 525,000 anual   | Sin límite   | Sin límite  |
| Comprobantes               | Boleta de venta y tickets que no den derecho a crédito fiscal, gasto o costo           | Factura, boleta y todos los demás permitidos                                  | Factura, boleta y todos los demás permitidos   | Factura, boleta y todos los demás permitidos                                    |
| DJ Anual – Renta           | No   | No  | Si   | Si  |
| Pago de tributos mensuales | El pago mínimo es de S/. 20 y el máximo de S/. 50, en base a una tabla de ingresos y/o | Una cuota del 1,5% de los ingresos netos mensuales (a pagar en su totalidad). | Impuesto sobre la renta: Si los ingresos netos obtenidos en un año no superan las 300 UIT, se aplicará un impuesto del | Renta: Pago mensual. Factor o 1.5% dependiendo de la ley de impuesto a la renta |

|                                 |  |   |  |   |
|---------------------------------|--|---|--|---|
|                                 | compras por categoría.   |   | 1% sobre los ingresos netos mensuales. Si los ingresos netos obtenidos en un mes superan las 300 UIT anuales, se aplicará un impuesto del 1,5% o un coeficiente. |   |
|                                 | Este régimen requiere el pago de una cuota única, en la que se engloba el IGV. | IGV: 18 por ciento (incluido el impuesto de promoción municipal). | IGV: 18 por ciento (incluido el impuesto de promoción municipal).  | IGV: 18 por ciento (incluido el impuesto de promoción municipal). |
| Restricción x tipo de actividad | Si tiene   | Si tiene  | No tiene   | No tiene  |
| Valores activos fijos           | S/. 70,000   | S/. 126,000   | Sin límite   | Sin límite  |
| Trabajadores                    | Sin límite   | 10 x turno  | Sin límite   | Sin límite  |
| Requisitos                      | únicamente al momento de la inscripción con la afectación.                     | Junto con el estado de cuenta y el pago mensual.                  | con la declaración mensual correspondiente al mes de inicio de actividades.  | Solo con la declaración mensual                                   |

**Fuente:** SUNAT

Elaboración propia

De la tabla anterior se desprende que, mientras el RER está destinado a personas naturales y jurídicas que se dediquen a actividades comerciales, industriales y de servicios y cuyos ingresos anuales no superen los S/ 525,000.00, el NRUS está dirigido a personas naturales u organizaciones con menor actividad económica y que no emitan facturas. Mientras que el RG otorga acceso a las empresas con mayores ingresos anuales y tiene como característica principal el establecimiento de un impuesto a las ganancias. El RMT es el nuevo régimen que se ha establecido para las empresas cuyos ingresos no superen las 1.700 UIT. Al reducir drásticamente sus gastos, este régimen tiene como objetivo simplificar la

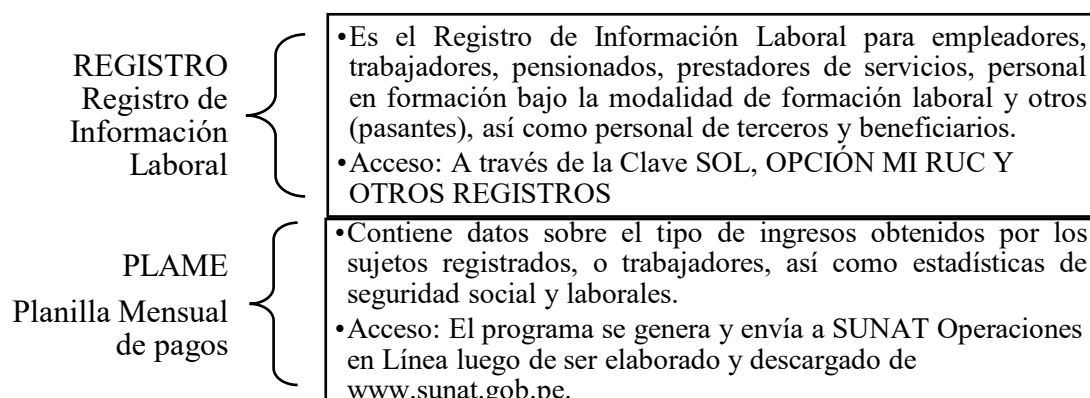
forma en que se gravan las empresas (SUNAT, Regímenes Tributarios, 2017).

Debido a que las ventas del proyecto actual no superan las 1700 UIT, se ha optado por el Régimen Tributario MYPE.

## 2.12 Registro de Planilla Electrónica

Según (SUNAT, 2019) menciona que el Registro de Información Laboral (T-Registro) y el Formulario de Pago Mensual (PLAME) son las dos partes de la planilla electrónica. Cada uno se puede ver en la figura de abajo.

**Figura 4.** Planilla Electrónica



**Fuente:** SUNAT

## 2.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral

Según (MINISTERIO DEL TRABAJO Y PROMOCION DEL EMPLEO LABORAL, 2019) señala que, si bien el régimen laboral peruano establece derechos y beneficios comunes para los trabajadores de una empresa, existen algunas empresas que requieren condiciones y derechos específicos para ser diferenciados por su tamaño y el tipo de actividad que desarrollan, con el fin de ahorrar dinero en los costos laborales que de otro



modo tendrían para sus empleados. Debido a esto, el Estado peruano cuenta con dos regímenes laborales entre los cuales cualquier empresa puede elegir, pero elegir el mejor requiere sopesar las diferencias entre ellos. Cada régimen se ilustra con sus características clave.

**Tabla 12.** Características de los Regímenes Laborales

|                                      | Régimen General   | Laboral | Micro Empresa  | Pequeña Empresa   |
|--------------------------------------|---|---------|--|---|
| Remuneración mínima                  | S/. 930   |         | S/. 930  | S/. 930   |
| Vacaciones                           | 30 días calendario x año  |         | 15 días calendario x año   | 15 días calendario x año  |
| Jornada Diaria                       | 8 horas / 48 h semana   |         | 8 horas / 48 h semana, No aplica si es habitual  | 8 horas / 48 h semana   |
| Jornada Nocturna                     | 35% de la RMV   |         |  | 35% de la RMV   |
| Descanso                             | Semanal, y feriados 1 sueldo anual  |         | Semanal, y feriados No aplica  | Semanal, y feriados 15 días de salario por cada año trabajado, pero no más de 90 días de salario. |
| CTS                                  |   |         |  | pero no más de 90 días de salario.  |
| Gratificaciones                      | Julio y diciembre 9% del salario de ESSALUD.  |         | No aplica  | Julio y diciembre 9% del salario de ESSALUD.  |
| Seguro de Salud                      |   |         | Los aportes de la empresa al SIS representan el 50%, correspondiendo los aportes del Estado al 50% restante. |   |
| Indemnización por despido arbitrario | Pago + 1/2 pago al mes ha dejado de trabajar. Si tienes un contrato a término, recibirás paga + 1/2 cada año (hasta un máximo de 12 pagos). |         | 10 días de sueldo por cada año de empleo, hasta un máximo de 90 días de sueldo.                              | 20 días de sueldo por cada año de trabajo, hasta un máximo de 120 días.                           |
| Asignación familiar                  | 10% de RMV  |         | No   | No  |
| Participación de utilidades          | Si  |         | No   | Si  |
| Sistema Pensionario                  | Si (ONP o AFP)  |         | Si (ONP o AFP)   | SI (ONP o AFP)  |

**Fuente:** (MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCION DEL EMPLEO, 2014)

El Régimen Especial de la Microempresa, que ofrece más excepciones a los derechos laborales que el Régimen General, es sin duda el que facilita el proyecto. Esto se demuestra en el cuadro anterior cuando

se consideran los factores que elevan los costos laborales. La implementación del Régimen Especial está contemplada en la Ley N° 28015, que promueve la formalización y expansión de las microempresas, facilita el acceso a la formalización laboral, cumple con los estándares laborales mínimos exigidos por dicha Ley y reduce los costos de nómina.

Fertilizantes Mix utilizará el Régimen Especial para Pequeñas Empresas durante los cinco primeros años porque permitirá reducir los costos laborales, que no pueden ser significativos por ser una empresa nueva, también ayudará a que los trabajadores se sientan motivados y seguros porque reconocerá unos beneficios sociales. Beneficios que, aunque no todos están presentes, ayudarán a tener un trabajo formal sin precariedad ni abuso laboral.

#### **2.14 Modalidad de Contratos Laborales**

Existe dos tipos de contratos en la actividad laboral y cada una se ajusta a la actividad que se realizara: La empresa Fertilizantes Mix S.A.C realizara 2 tipos de contrato según la actividad laboral:

- **Contrato de Prestación de Servicios:**

Existen contratos de servicios para este plan, incluido uno de consultoría contable, que es un contador externo, que se registrá por un contrato intermitente.

- **Contratos de inicio o de lanzamiento de una nueva actividad:**

La empresa Fertilizantes Mix hará un contrato con el personal por un periodo de 12 meses y se amplía el plazo según capacidad y producción en la empresa.

## **2.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad Civil de los Accionistas.**

Fertilizante Mix S.A. C. Celebrará contratos de establecimiento de comercio, empleo, compraventa con proveedores, arrendamiento de locales y prestación de servicios.

### **- Contrato de sociedad o acta constitutiva**

En este documento de constancia notarial se harán constar los distintos datos relativos a la constitución de la sociedad. Las identidades de los miembros de la empresa, los roles dentro de la organización, las firmas y otros detalles clave se cubrirán en detalle.

### **- Contrato de trabajo**

Cada uno de los colaboradores firmará un contrato de este tipo en el que se detallarán sus derechos y responsabilidades en relación con la empresa y su trabajo.

### **- Contrato de prestación de servicios**

Los derechos y responsabilidades en relación con el servicio de asesoramiento en materia contable se harán constar en el contrato de prestación de servicios.

### **- Contrato con proveedores**

Se hará un contrato con los proveedores para el abastecimiento del abono, también se establecerá precio por tonelada, esto es muy importante para que no afecte al consumidor final.

- **Contrato de alquiler de local**

Fertilizante Mix S.A. C. alquilará un espacio para realizar negocios; el contrato describirá los derechos y responsabilidades de las partes.

- **Contratos de Comisión**

La empresa se beneficiará de este tipo de contrato si quiere aumentar la demanda porque necesitará utilizar un comisionista para atraer nuevos clientes.

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1 Descripción del Entorno del Mercado:**

Actualmente el mercado está muy competitivo, las empresas que llevan mucho tiempo en el mercado tienen capital e inversión muy fuerte sobre todo no abarcan un rubro que es el sector agrícola, sino que han diversificado su capital, las empresas antiguas tienen varios rubros y la competencia no era fuerte como ahora y tampoco las leyes y sanciones no eran drásticas.

Actualmente, la economía en el Perú está estancada por varias razones; los rubros estancados es la minería, sector construcción y el sector agrícola; sector agrícola porque el constante cambio climático afecta: fenómeno del niño, caída de heladas afectando miles de hectáreas y pérdidas económicas, estos factores estancan el sector agro, otro factor es la sobreproducción la cual hay demasiada oferta y poca demanda cayendo el precio más bajo del mercado. Notamos que el mercado agrícola siempre ha tenido sus golpes en la oferta y demanda a pesar de ello se ha mantenido.

#### **3.1.1 Macro Entorno**

##### **3.1.1.1 Análisis FODA**

Según (DEFINICIONABC, 2017), es una herramienta básica en la administración y en el proceso de planificación porque consiste en analizar las fortalezas y debilidades del negocio, cuáles son las oportunidades y amenazas que tiene el mismo, en el entorno donde se desempeña. Con el fin de implementar un plan de acción que logre el objetivo que la empresa

se ha propuesto. Posteriormente, se presenta un análisis detallado realizado para la empresa Fertilizantes Mix.

### A. Análisis Interno

Implica realizar una autoevaluación en la que se determinen los puntos fuertes y debilidades de la Compañía. Las evaluaciones internas realizadas para Fertilizantes Mix se muestran en la siguiente tabla.

**Tabla 13.** Matriz de Factores Internos

| <b>Factores Determinantes</b>                           | <b>Peso</b> | <b>Valor</b> | <b>Ponderación</b> |
|---|-------------|--------------|--------------------|
| <b>FORTALEZAS</b>                                       |             |              |                    |
| 1 Localización adecuada                                 | 4%          | 4            | 0.16               |
| 2 Calidad del producto                                  | 12%         | 5            | 0.6                |
| 3 Personal capacitado                                   | 7%          | 3            | 0.21               |
| 4 Amplia cartera de proveedores                         | 12%         | 5            | 0.6                |
| 5 Reducción de costos                                   | 9%          | 4            | 0.36               |
| 6 Know how del negocio                                  | 9%          | 4            | 0.36               |
| 7 Conocimiento del precio                               | 3%          | 2            | 0.06               |
| 8 Primera empresa que comercializa abono con punto azul | 7%          | 3            | 0.21               |
| <b>SUB – TOTAL</b>                                      | <b>63%</b>  |              | <b>2.56</b>        |
| <b>DEBILIDADES</b>                                      |             |              |                    |
| 1 Local alquilado                                       | 4%          | 2            | 0.08               |
| 2 Baja inversión en marketing                           | 5%          | 3            | 0.15               |
| 3 Empresa nueva en el mercado                           | 3%          | 1            | 0.03               |
| 4 Alta rotación de personal                             | 2%          | 1            | 0.02               |
| 5 capacidad crediticia limitada                         | 6%          | 2            | 0.12               |
| 6 Bajo capital de trabajo                               | 7%          | 5            | 0.35               |
| 7 Bajo nivel de ingresos al inicio de operaciones       | 4%          | 2            | 0.08               |
| 8 Falta de posicionamiento                              | 6%          | 4            | 0.24               |
| <b>SUB – TOTAL</b>                                      | <b>37%</b>  |              | <b>1.07</b>        |
| <b>TOTAL</b>  | <b>100%</b> |              | <b>3.63</b>        |

Calificación: Rango de 1 (muy malo) – 5 (muy bueno)

**Fuente:** Elaboración propia

## B. Análisis Externo

La evaluación de oportunidades y amenazas tiene en cuenta que se trata de factores externos que la empresa no puede controlar, pero que tienen un impacto directo en el desarrollo. Las oportunidades se pueden aprovechar, mientras que las amenazas se deben identificar con anticipación para que podamos estar advertidos. La información para Fertilizantes Mix se muestra en la tabla 14.

**Tabla 14.** Matriz de Factores Externos

| Factores Determinantes De Éxito                                | Peso        | Valor | Ponderación |
|--|-------------|-------|-------------|
| <b>Oportunidades</b>   |             |       |             |
| 1 Demanda durante todo el año                                  | 12%         | 5     | 0.6         |
| 2 Crecimiento del sector agrícola                              | 7%          | 3     | 0.21        |
| 3 Crecimiento del PBI  | 2%          | 1     | 0.02        |
| 4 Baja competencia en producto que se comercializa             | 11%         | 4     | 0.44        |
| 5 Variedad de uso de producto                                  | 6%          | 2     | 0.12        |
| 6 Reconocimiento del producto por parte del sector             | 5%          | 4     | 0.2         |
| 7 Conocimiento del perfil del consumidor                       | 7%          | 3     | 0.21        |
| 8 Beneficios tributarios que ayudan a emprender el negocio.    | 5%          | 2     | 0.1         |
| <b>Sub – Total</b>   | <b>55%</b>  |       | <b>1.9</b>  |
| <b>Amenazas</b>  |             |       |             |
| 1 Inclusión de futuros competidores con mejor infraestructura. | 3%          | 2     | 0.06        |
| 2 Volatilidad del tipo de cambio                               | 10%         | 5     | 0.5         |
| 3 Inclusión de futuros competidores con mejores precios bajos. | 6%          | 3     | 0.18        |
| 4 Inflación.   | 2%          | 1     | 0.02        |
| 5 Desastres naturales  | 6%          | 3     | 0.18        |
| 6 Inseguridad ciudadana  | 3%          | 2     | 0.06        |
| 7 Inestabilidad política                                       | 7%          | 4     | 0.28        |
| 8 Producto sustituto   | 8%          | 4     | 0.32        |
| <b>Sub – Total</b>   | <b>45%</b>  |       | <b>1.6</b>  |
| <b>Total</b>   | <b>100%</b> |       | <b>3.5</b>  |

Calificación: Rango de 1 (muy malo) – 5 (muy bueno)

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla 14 se muestra la matriz DAFO cruzado que se elaboró luego de un análisis de los factores internos y externos que se realizaron

en el negocio de Fertilizantes Mix y cómo se relacionan para establecer estrategias que permitan beneficiar el futuro de la empresa.

Las estrategias a desarrollar son de cuatro tipos:

**Estrategias FO** (Fortalezas y Oportunidades) → Estrategia Ofensiva

**Estrategias DO** (Debilidades y Oportunidades) → Estrategia de Reorientación

**Estrategias FA** (Fortalezas y Amenazas) → Estrategia Defensiva

**Estrategias DA** (Debilidades y Amenazas) → Estrategia de Supervivencia

**Tabla 15. MATRIZ FODA**

|  |   | FORTALEZAS   | DEBILIDADES   |
|--|---|--|---|
|  |   | Factores Internos  | Reducción de costos<br>Know how del negocio<br>Personal capacitado<br>Primera empresa que comercializa abono con punto azul<br>Calidad del producto |
| Factores Externos  |   |  |   |
| Oportunidades  | Estrategias FO  | Estrategias DO   |   |
| 1. Demanda durante todo el año.<br>2. Baja competencia en productos que se comercializa.<br>3. Crecimiento del sector agrícola<br>4. Reconocimiento del producto por parte del sector<br>5. Conocimiento del perfil del consumidor | 1. Aprovechar el acogimiento al Régimen laboral especial en la micro empresa para reducir costos (F1,O2)<br>2. Comercializar el producto a los agricultores en la zona de Huánuco (F2,O1,O2)<br>3. Aprovechar el posicionamiento de la marca en el cliente para comercializar el producto (F5,O4, O5) | 1. Después de que se hayan establecido lazos de confianza, buscar financiamiento de los proveedores (D1,O1)<br>2. Realizar visitas comerciales a través de agentes de ventas (D3,O5)<br>3. Realizar capacitaciones para sensibilizar al agricultor sobre beneficios del producto (D2,O4) |   |



| Amenazas   | Estrategias FA  | Estrategias DA   |
|--|---|--|
| 1. Volatilidad del tipo de cambio.<br>2. Producto sustituto<br>3. Inestabilidad Política<br>4. Desastres naturales<br>5. Inclusión de futuros competidores con bajos precios | 1. Hacer un contrato futuro de divisa con el banco para fijar el tipo de cambio, y cuando el tipo de cambio baje (F1, F2, A1).<br>2. Analizar la competencia utilizando técnicas de benchmarking y buscar ofrecer continuamente productos de valor agregado de mercado (F4, F5, O2, O5).<br>3. Analizar nuevos nichos de mercado (O3, D4) | 1. Buscar financiamiento de identidades financieras a través de un aval (D1, D5, A2)<br>2. Los clientes deben ser contactados nuevamente para que puedan analizar el rendimiento del producto. (D3, A5).<br>3. Incrementar la liquidez de la empresa para buscar proveedores internacionales y reducir costos (D1, A5) |

**Fuente:** Elaboración propia

### 3.1.1.2 Análisis PEST

Figura 6. Análisis PEST

|                              |                                   | FACTORES                            |  |                                |                                       | DIMENSIONES                             |  |
|------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|--|--------------------------------|---------------------------------------|---|--|
|                              |                                   | PRIORIDAD<br>Importancia<br>(1 a 9) | PONDERACION<br>Peso de Factores<br>(%) | CALIFICACION<br>(1.00 al 4.00) | CONTRIBUCION                          | PONDERACION<br>Peso de Dimension<br>(%) | CONTRIBUCION                             |
| <b>DIMENSION POLITICA</b>    |                                   |                                     |  |                                |                                       |   |  |
| 1                            | Estabilidad Política              | 7                                   | 35%                                    | x 4                            | = 1.4                                 |   |  |
| 2                            | Estabilidad Normas Laborales      | 6                                   | 23%                                    | x 3                            | = 0.69                                |   |  |
| 3                            | Política de impuestos             | 5                                   | 22%                                    | x 2                            | = 0.44                                |   |  |
| 4                            | Gobernabilidad Democrática        | 3                                   | 20%                                    | x 1                            | = 0.2                                 |   |  |
| <b>TOTAL DIMENSION</b>       |                                   |                                     | 100%                                   |                                | <b>Calificación Dimension</b><br>2.73 | x 25%                                   | = 0.6825                                 |
| <b>DIMENSION ECONOMICA</b>   |                                   |                                     |  |                                |                                       |   |  |
| 1                            | Crecimiento del sector agrícola   | 8                                   | 30%                                    | x 4                            | = 1.2                                 |   |  |
| 2                            | Demanda de insumos agrícolas      | 7                                   | 26%                                    | x 3                            | = 0.78                                |   |  |
| 3                            | PBI                               | 4                                   | 21%                                    | x 1                            | = 0.21                                |   |  |
| 4                            | Riesgo país                       | 5                                   | 23%                                    | x 2                            | = 0.46                                |   |  |
| <b>TOTAL DIMENSION</b>       |                                   |                                     | 100%                                   |                                | <b>Calificación Dimension</b><br>2.65 | x 30%                                   | = 0.795                                  |
| <b>DIMENSION SOCIAL</b>      |                                   |                                     |  |                                |                                       |   |  |
| 1                            | Crecimiento del sector agrícola   | 8                                   | 20%                                    | x 4                            | = 0.8                                 |   |  |
| 2                            | Estilo de Vida                    | 6                                   | 15%                                    | x 3                            | = 0.45                                |   |  |
| 3                            | Nivel de confianza del consumidor | 7                                   | 17%                                    | x 3                            | = 0.51                                |   |  |
| 4                            | Ingreso Per Capita                | 9                                   | 28%                                    | x 4                            | = 1.12                                |   |  |
| 5                            | Disposición de mano de obra       | 5                                   | 11%                                    | x 2                            | = 0.22                                |   |  |
| 6                            | Seguridad Interna                 | 4                                   | 9%                                     | x 1                            | = 0.09                                |   |  |
| <b>TOTAL DIMENSION</b>       |                                   |                                     | 100%                                   |                                | <b>Calificación Dimension</b><br>3.19 | x 35%                                   | = 1.1165                                 |
| <b>DIMENSION TECNOLÓGICA</b> |                                   |                                     |  |                                |                                       |   |  |
| 1                            | Sistema de Información            | 3                                   | 30%                                    | x 2                            | = 0.6                                 |   |  |
| 2                            | Desarrollo tecnológico            | 6                                   | 70%                                    | x 4                            | = 2.8                                 |   |  |
| <b>TOTAL DIMENSION</b>       |                                   |                                     | 100%                                   |                                | <b>Calificación Dimension</b><br>3.4  | x 10%                                   | = 0.34                                   |
| <b>TOTAL MACRO ENTORNO</b>   |                                   |                                     |  |                                |                                       | <b>Total</b><br>100%                    | <b>Evaluación Macro Entorno</b><br>2.934 |

desde el punto de vista del inversor

- **Análisis:**

El entorno en el que nos encontramos es favorable por el creciente crecimiento del PIB y el ingreso per cápita tolerable. Además, de implementar estrategias para impulsar las ventas como: Visita frecuente a los clientes, captar a clientes grandes que siembran grandes hectáreas, charla del producto.

**Tabla 16.** Indicadores Económicos

| INDICADORES / PREMISAS          |   |
|---------------------------------|---|
| <b>DIMENSIÓN POLITICA</b>       |   |
| Estabilidad Política            | El presidente Martin Vizcarra, anuncio elecciones presidenciales para el 2020 y advirtió sino le dan plan de confianza cerrara el congreso  |
| Estabilidad Normas Laborales    | Más del 60% de la fuerza laboral está empleada en el sector no formal, los salarios reales están aumentando lentamente y el gobierno se ha comprometido a crear más de 150 000 puestos de trabajo para 2020.  |
| Política de impuestos           | Según la ley de la amazonia n°27037 que favorece a los empresarios con la devolución del IGV al cierre del año, pero estas no se aplican en todos los productos o categorías.   |
| Gobernabilidad democrática      | La constitución vigente establece un régimen republicano, democrático y social; el presidente es elegido por todos los votantes elegibles por un período de cinco años sin oportunidad de reelección; sin embargo, notamos que hay inestabilidad porque el ex presidente Pedro Pablo Kuchisky fue vacado. |
| <b>DIMENSIÓN ECONÓMICA</b>      |   |
| Crecimiento del sector agrícola | En enero, el sector agropecuario aumentó 3,5 por ciento con respecto a enero de 2018. Este aumento fue impulsado por una mayor producción en los subsectores agrícola (2,5 por ciento) y pecuario (4,9 por ciento).   |
| PBI                             | A precios constantes de 2007, el Producto Interno Bruto (PIB) aumentó un 1,2 % en el segundo trimestre de 2019, impulsado por una trayectoria positiva de la demanda interna (2,1%), registrando 40 trimestres de crecimiento ininterrumpido  |
| Demanda de insumos agrícolas    | Se prevé que habrá aumento de compra de fertilizante ya que el sector agro está en crecimiento del 2.5%.  |
| Riesgo País                     | En los meses de junio y julio, los analistas redujeron su pronóstico de inflación para fin de año de 2.5 por ciento a 2.2 por ciento. Mientras que representantes del sistema financiero pronosticaron que la inflación será de 2.3 por ciento para lo que resta de 2019.                                 |

## DIMENSIÓN SOCIAL

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| Crecimiento de la población       | La edad promedio en 2017 fue de 28.1 años en Perú, que tenía una población de 32.02 millones. Desde 2000, la población ha aumentado en 6.03 millones, pero la tasa de crecimiento se está desacelerando. La mayoría de los peruanos, más de la mitad, vive en Lima y otras regiones costeras.  |
| Estilo de Vida                    | La población se ha animado a invertir en la compra de automóviles, viviendas y terrenos debido al aumento de la renta disponible.  |
| Nivel de confianza del consumidor | El ICC aumentó en la capital peruana de 94 a 98 puntos en julio, mientras que en el resto del país solo aumentó un punto, de 92 a 93 puntos en el mismo mes. Se observan resultados contradictorios en las regiones que se han desglosado. Por un lado, la confianza del consumidor aumentó en el norte y oriente del Perú, mientras que disminuyó en el sur y centro. |
| Disposición de mano de obra       | El INEI estima que en Lima Metropolitana hay 7 millones 402 mil 600 personas mayores de edad para ejercer una actividad económica. La "Población Económica Activa" de la PEA representa el 69 por ciento de este total, o 5.12 millones de personas.   |
| Ingreso Per cápita                | MINAGRI está analizando la problemática actual sobre el ingreso per cápita, para el 2030 ha planteado metas que cada agricultor debe tener un ingreso de 35%   |

## DIMENSIÓN TECNOLÓGICA

|                        |  |
|------------------------|--|
| Sistema de información | Los consumidores del sector agropecuario, alejados de la tecnología, siguen sin poder crecer digitalmente por este tema.                                 |
| Desarrollo tecnológico | La mayoría de los agricultores están aplicando ciertas tecnologías estas aplican porque reciben charlas de MINAGRI y apoyo del estado. Riego tecnificado |

---

### 3.1.2 Micro Entorno

#### 3.1.2.1 Fuerzas competitivas de PORTER

Según (Michael E.Porter, 2017) menciona al modelo de las cinco fuerzas de Porter, explica que toda empresa debe realizar un estudio sobre el micro entorno en el que participa, permitiendo lograr un mejor entendimiento del grado de competencia de nuestra empresa en el sector que pertenece, posibilitando la formulación y desarrollo de la estrategia del negocio en base a la diferenciación.

Cabe señalar que comprender estas fuerzas ayudará a la empresa a determinar su posición. Para hacer esto, la empresa debe ser consciente de

los posibles cambios del mercado y actuar rápidamente cuando sus rivales toman medidas.

**Figura 7.** Fuerzas Competitivas de Porter



**Fuente:** Michael Porter

Elaboración propia

A continuación, se presenta un análisis de las cinco fuerzas realizadas por fertilizante Mix S.A.C:

**A. Amenaza de entrada de competidores:**

- **Economía de Escala:**

El ingreso de empresas con mayor participación como la empresa Molinos & CIA que se dedica a la importación y comercialización de abono fertilizante donde maneja capital de trabajo alto su costo de adquisición del producto es bajo porque adquiere por toneladas.

- **Acceso a canales de distribución:**

La empresa Fertilizantes Mix solicitara a pequeñas empresas que se dedican solo a la comercialización de abono de esta manera habrá mayor rotación del producto y la marca se conocerá en diferentes zonas.

**B. Poder de negociación con los clientes**

- **Concentración de clientes:**

En el departamento de Huánuco se observa gran cantidad de minoristas que venden fertilizante de diversas empresas, el producto es nuevo en el mercado e introducir el producto en el mercado agrícola se manejara marketing y resultados de diferentes clientes para así fidelizar el producto a los clientes.

- **Diferenciación:**

Un análisis comparativo de la competencia reveló que no dan charlas, no brindan capacitación ni realizan visitas de campo frecuentes, esto se debe a que no tienen capital humano capacitado. El producto tendrá el punto azul de la empresa reconocida que es Bayer, la cual eso lo diferencia a los demás productos.

**C. Amenaza de productos y servicios sustitutos**

- **Disponibilidad de sustitutos**

El producto tiene sustitutos que es Compomaster papa sierra, Yara Mila complex, son productos de empresas transnacionales la cuales se dedican a la importación y comercialización, esto es una amenaza para la empresa, pero la empresa está ubicada en la zona agrícola y se trabajara duro para no que sea sustituido.

#### **D. Poder de negociación con los proveedores**

##### **- Concentración de proveedores**

Debido a que hay dos proveedores de confianza, el nivel de capacidad para negociar con ellos es bajo y son: Molinos & Cía. y YARA estas manejan amplia cartera de clientes y ventas por toneladas, la siembra en el sector agro es todo el año, por tanto, la negociación es baja, la única forma de hacer negocio es analizando el sector agro, cuando las ventas bajan.

##### **- Importancia del Volumen para los Proveedores.**

No seremos tan atractivos para el proveedor porque somos un negocio recién establecido con un bajo volumen de compras. Además, a medida que la empresa aumente sus ventas, el nivel de compras crecerá en proporción y la empresa tendrá un poder de negociación favorable con los proveedores, lo que redundará en un ahorro de costos.

#### **E. Rivalidad entre los competidores**

##### **- Concentración:**

Las empresas que venden varias marcas constituyen la mayoría de la competencia del mercado, las cuales se concentran en el distrito de Huánuco, la empresa se concentra en el distrito de Amarilis, para captar clientes se maneja el precio.

##### **- Diferenciación:**

Las empresas Molinos & CIA, YARA es una de las empresas rivales que brinda un servicio con valor agregado, estos comercios cuentan

con un programa de fidelización para atraer pequeños negocios dedicados a la comercialización de suscripciones para que puedan incorporarlos a su cartera de clientes, ofrecerles descuentos por volumen y obsequiarles presentes.

### **3.2 Ámbitos de acción del negocio**

La empresa Fertilizantes Mix S.A.C. Tendrá lugar en el distrito Amarilis y un radio de acción definido.

- Perfil del agricultor:
- Cantidad de hectáreas: 10 hectáreas
- Veces al año que siembra: más de 2 veces al año.

#### **3.2.1 Cadena de Valor**

Según ( 50 minutos.es - Economía y empresa, 2018), La cadena de valor de Michael Porter es una herramienta de gestión estratégica, debido a que actúa en el posicionamiento del producto o servicio en el mercado, dicho modelo permite que la empresa analice cuatro actividades de apoyo y cinco actividades primarias, dichas actividades cuentan con un mismo potencial para ofrecer ventajas competitivas, generando un valor diferencial al negocio.



**Figura 8.** Cadena de Valor de Porter



**Fuente:** Mejía, 2013

Se proporciona la siguiente lista de actividades que la empresa llevará a cabo para crear una propuesta de valor general para la organización.

## **A. Actividades primarias**

### **1. Logística interna**

Fertilizantes Mix contará con un espacio comercial donde se podrá almacenar el producto, dependiendo de cómo se distribuya. Esto se debe a que el producto ya está listo y acondicionado para la venta, lo que facilita su alojamiento, almacenamiento y manipulación. Para evitar cualquier tipo de error humano que pudiera producirse, se señalará claramente la zona de almacenamiento.

### **2. Operaciones**

La producción de los “fertilizantes súper compuestos” estará a cargo de la empresa Fertilizantes Mix. Como resultado, el producto terminado se someterá a un proceso de control de calidad donde el enfoque principal estará en verificar la cantidad de fertilizante utilizado para crear la mezcla.

### **3. Logística externa**

Fertilizantes Mix empleará un asistente de logística para ayudar con el procesamiento de las órdenes de venta. Esta persona estará a cargo tanto de la preparación de pedidos como de las rutas de entrega al cliente.

La empresa será la encargada de asignar y establecer la ruta de entrega, así como gestionar la distribución del producto.

### **4. Marketing y ventas**

El objetivo principal de la estrategia de marketing organizada de Fertilizantes Mix es atraer clientes que permitan reducir costos y establecer una relación comercial a largo plazo y visitas comerciales que capten su atención. Además, se brindará charlas para sensibilizar el uso del producto.

### **5. Servicios**

Una de las ofertas más importantes de Fertilizantes Mix será el servicio al cliente, ya que cada empleado podrá responder a cualquier pregunta que pueda tener un cliente con la mayor cortesía y apoyo. Todas las preguntas de los clientes serán atendidas por la empresa (cotizaciones, pedidos, información técnica, etc.), además, la empresa contará con una página web para mejorar la imagen corporativa de la empresa, ya que brinda mayor formalidad

Habrà una mención de actividades de apoyo en el punto B.

## **B. Actividades de apoyo**

### **1. Infraestructura de la organización**

Las cuatro divisiones creadas por Fertilizantes Mix fueron creadas bajo las condiciones necesarias, y se complementarán trabajando para apoyar al

resto de la empresa. El negocio también tendrá activos fijos tangibles como muebles, accesorios y equipos.

## **2. Recursos humanos**

Fertilizante Mix S.A.C ha designado el Gerente General como el principal responsable de crear actividades de integración y motivación dentro de la empresa, aunque no tiene un área específica de recursos. Para que el empleado se comprometa plenamente con los procesos de la organización, las políticas relativas a este punto funcionan para mantenerlo a bordo.

## **3. Tecnología**

La implementación de un sistema logístico para mejorar los procesos en la empresa Fertilizantes MIX S.A.C será un proceso llevado a cabo más adelante, Dado que el negocio actualmente es pequeño, es posible administrar la información utilizando herramientas gratuitas como Excel y programas de logística menos costosos. Esto significa hacer una inversión que actualmente no es necesaria.

## **4. Abastecimiento o compras**

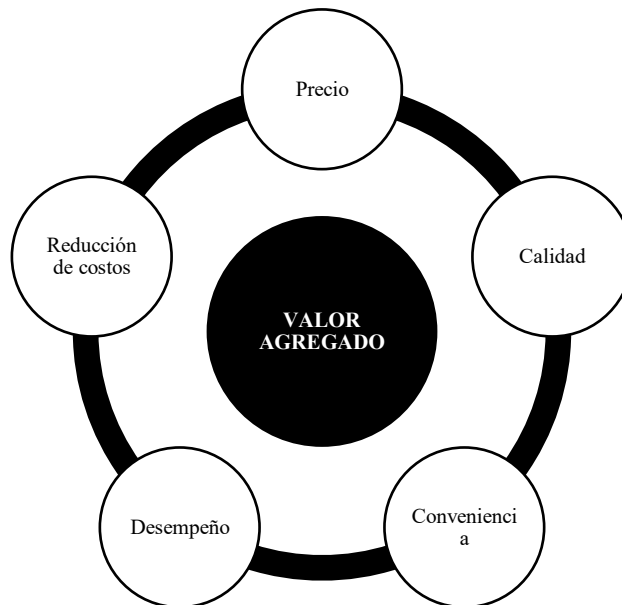
Fertilizantes Mix S.A.C ha establecido una estrategia de compra mensual para el suministro de fertilizante. El personal responsable podrá evaluar el inventario del producto y el movimiento de salida para establecer la cantidad mínima. Comprar. Además, el gerente general debe dar su consentimiento explícito antes de que se puedan comprar suministros.

### **- Determinación del Valor Agregado**

También se ha determinado que el valor añadido de este proyecto empresarial se basa en un análisis de benchmarking de la competencia, y

esta propuesta de valor se definirá en cinco puntos principales que se muestran en la siguiente figura.

**Figura 9.** Valor agregado de la empresa



Elaboración: Propia

- **Precio:**  
El producto es Premium y el precio será mayor que la competencia debido al valor agregado.
- **Calidad:**  
El producto "Súper compuesto" tiene la mezcla de abono de empresas prestigiosas como Molinos & Cía., Bayer, YARA.
- **Conveniencia:**  
Debido a que el producto tiene dosis establecidas para su aplicación en la planta, se destaca esta característica porque hace que el producto sea sencillo de usar para el usuario.

- **Desempeño:**

Es un fertilizante compuesto granulado con fórmula soluble que las plantas pueden absorber directamente. Su formulación es muy completa y equilibrada porque incluye todos los macro y micronutrientes necesarios para el normal crecimiento y desarrollo de las plantas, cubriendo los requerimientos de los cultivos más exigentes.

- **Reducción de costos:**

El producto reduce la inversión y aumenta la producción en plantas y hectáreas

### 3.2.2 Perfil Estratégico de la Empresa

Tabla 17. Perfil estratégico de la empresa

| AREA FUNCIONALES   | muy negativo | negativo | equilibrado | positivo | muy positivo |
|--|--------------|----------|-------------|----------|--------------|
| FACTORES CLAVES  | mn           | n        | e           | p        | mp           |
| <b>Área de marketing y ventas</b>  |              |          |             |          |              |
| Generar oportunidades de ventas  |              |          |             | x        |              |
| Imagen de la marca   |              | x        |             |          |              |
| Promoción y ofertas  |              |          | x           |          |              |
| Responsable de analizar la competencia   |              |          |             | x        |              |
| Definir la estrategia comercial  |              |          |             | x        |              |
| <b>Área de logística</b>   |              |          |             |          |              |
| Analizar los canales de distribución   |              |          |             | x        |              |
| Gestionar y procesar los pedidos compras   |              |          | x           |          |              |
| Supervisar las actividades diarias, prever los requerimientos de los consumidores      |              |          | x           |          |              |
| Controlar la cadena de suministro  |              |          |             | x        |              |
| <b>Área De Operaciones</b>   |              |          |             |          |              |
| Asistente de logística es responsable de controlar la salida y entrada de los insumos. |              |          |             | x        |              |
| Coordinar con el área de compra y ventas para que no haya rotura de stock              |              |          | x           |          |              |
| planificar la recepción de la mercadería de entrega según orden de compra              |              |          | x           |          |              |
| <b>Área Tecnológicas</b>   |              |          |             |          |              |
| Tecnología a disposición de la empresa.  |              |          | x           |          |              |
| Programas informáticos.  |              |          | x           |          |              |
| <b>Área De Contabilidad</b>  |              |          |             |          |              |
| Elaborar los Estados Financieros   |              |          | x           |          |              |
| Cumplir con las obligaciones laborales, control de planillas de los trabajadores       |              |          |             | x        |              |
| <b>Análisis de los gastos.</b>   |              |          |             |          |              |
| Llevar el registro y control de los libros contables (Diario, Mayor e Inventarios)     |              |          |             | x        |              |

### 3.3 Descripción del bien o del servicio:

La descripción del producto esta agregado un valor que se llama “punto azul” esto tiene valores nutrientes la cual tiene beneficios en la planta.

#### - Servicios:

Visita frecuente al campo para analizar los resultados y cuestionar a los clientes que resultados obtuvieron en comparación de la competencia del producto.

#### - Calidad:

El ingrediente plus se usa de la empresa prestigiosa Baye, la cual es reconocida por el sector agro esto le da plus al producto. Tamaño o Volumen: EL producto tiene la presentación de 50 kg y es a granel.

Figura 10. Ficha Técnica del producto



**Fertilizantes Mix**

Ficha técnica  
Mezclas específicas

**Súper compuesto  
20-20-20-2MGO-3S**

Aspecto: Mezcla física de gránulos blancos, marrón claro oscuro, rojos cristalinos y punto azul.

Nitrógeno: 20%  
Fosforo: 20%  
Potasio: 20%  
Magnesio: 2%  
Azufre: 3%

Presentación: Bolsa polietileno de 50Kg

Uso: Aplicación directa al suelo

AREA TÉCNICA: [www.fertilizantesmix.com.pe](http://www.fertilizantesmix.com.pe)  
[ventasfertilizantes@mix.com.pe](mailto:ventasfertilizantes@mix.com.pe)

Dirección: Central Huánuco Tingo María Urb. Fundo Zevallos n°2 Amarilis-Huánuco

Fuente: Elaboración propia

### **3.4 Estudio de demanda:**

Los consumidores del sector agro el ingreso depende del mercado y la producción, se prevé que para el año 2019 el ingreso será mayor porque el año 2018 se vieron afectado la sobreproducción y precio bajo, en cuanto a la población del sector agro ha crecido porque han diversificado su inversión en la siembra: zapallo, papa, camote, etc. Además, se prevé que habrá un aumento en la producción porque actualmente hay apoyo al sector agro que es el MINAGRI (Ministerio nacional de agricultura) la cual es un órgano que apoya a los agricultores en charlas, ferias, etc.

#### **3.4.1 Dinámica empresarial**

Según (Euromonitor, 2018) El Índice de Libertad Económica, Perú logró el quinto mejor ranking en América Latina en 2018. Debido a su entorno comercial ventajoso, tanto los inversores extranjeros como los nacionales se ven afectados por el grave problema de la corrupción en el sector público.

La clasificación de Perú disminuyó en el Índice de Percepción de la Corrupción de 2012 a 2017, lo que demuestra la naturaleza duradera del problema de la corrupción. La lucha contra la corrupción es una prioridad para la nueva administración. Sin embargo, Perú se ubicó en el puesto 62 entre 202 naciones, obteniendo el décimo mejor ranking en América Latina, lo que demuestra un entorno regulatorio generalmente hospitalario. Sin embargo, la rigidez del mercado laboral y los altos costos iniciales tienen un impacto negativo en el panorama.

#### **- Acceso a finanzas:**

Para el inicio de un negocio cuenta con bajas tasas de interés propiciando un estímulo para la economía. El Banco Central de Reserva del Perú (BCRP)



ha adoptado un enfoque de política monetaria acomodaticia, reduciendo la tasa de interés de referencia en respuesta al aumento de la inflación y para estimular la economía. La tasa de interés de referencia se redujo de 4.25% a mediados de 2017 a 2.75% en marzo de 2018, a qué nivel se encuentra actualmente.

- **Transporte e Infraestructura:**

La red de carreteras de Perú se expandió un 19,1% durante el año 2012 al 2017 realizando una mayor expansión de cercanía entre un consumidor y un negocio.

El desarrollo de la infraestructura en Perú ha llegado a un punto muerto, en medio de acusaciones de corrupción, con muchos proyectos retrasados o cancelados. Sin embargo, algunos proyectos continúan según lo planeado, incluida la ampliación del aeropuerto internacional de Lima a un costo de US \$ 1.800 millones. La construcción incluirá una nueva pista y terminal, pero la finalización no se ha finalizado.

### **3.4.2 Perspectivas del Sector Agricultura**

Según (Gestión, 2019) manifiesta que el Ministerio de Agricultura y Riego (Minagri) busca que el crecimiento del sector agrícola y pecuario supere el 4.1% en el 2019. Para lo cual fortalecerá la industria a partir de cuatro ejes fundamentales: Titulación, agua, tecnología y financiamiento, con proyección al 2023, en beneficio de la agricultura familiar.

Señala que elaborará una propuesta de acercamiento directo a los pequeños agricultores, ayudándolos a mejorar sus sistemas de riego, adquirir títulos de propiedad, usar más tecnología y recibir financiamiento (créditos).

Todo esto se ve potenciado por el fomento de la afiliación a planes empresariales y el acceso a mercados nacionales e internacionales, lo que favorecerá el desarrollo del pequeño agricultor con visión empresarial.

Para elevar el nivel de vida de los agricultores, tiene como objetivo promover una agricultura más inclusiva. La agricultura familiar, por lo tanto, siempre tendrá trabajo. El 97 por ciento de los agricultores del grupo de 2 millones 200 mil productores agrícolas están incluidos en ese grupo.

Dado que la mayoría de los agricultores son poseedores y carecen de seguridad, la titulación de tierras será la primera área de mayor necesidad. El acceso al agua es el segundo eje, que apunta a mejorar el acceso al riego de los pequeños agricultores. En riego se utilizan 30 litros por cada 100 litros y se pierden 70 litros, por lo que el objetivo es duplicar esa eficiencia.

La tecnología es un eje diferente que incluye, entre otras cosas, sistemas de riego más avanzados y semillas certificadas. Trabajaremos la asociatividad transversalmente. Actualmente, el Programa Agroideas prevé ejecutar 317 planes adicionales este año con un compromiso financiero de más de S/ 32 millones. Los productores deben tener en cuenta un norte asociativo, lo que significa unir fuerzas para apostar por cultivos sumamente lucrativos.

Además, se están tomando medidas para evitar que los fertilizantes se usen sin cuidado, lo que podría dañar los suministros de agua de la nación. Las generaciones futuras necesitarán reservas de agua subterránea. Es una posición para la cual la gerencia ha fijado una meta.

Por último, pero no menos importante, se tomarán medidas para evitar que las plagas ingresen a Perú y dañen la producción agrícola y la economía de la nación.

Uno de ellos es el Dragón Amarillo, cuyo principal causante es una bacteria que afecta principalmente a los cultivos de limones y cítricos en general. El hongo *Fusarium oxysporum* raza 4 es otro que representa una seria amenaza para nuestro cultivo de banano. El Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA) está incrementando sus esfuerzos en esta materia.

El objetivo principal es mantener el crecimiento de la agricultura familiar junto a los productores que recibirán un apoyo total. Se está trabajando en extensión agrícola, más apoyo técnico, más agua, financiamiento, seguridad jurídica en tierra y agua. Sólo intentarán proporcionar las circunstancias necesarias para que el agricultor precario salga de la pobreza de esta manera.

### **3.4.3 Proyección de la demanda**

Según (Render B., Hanna M., Stair R, 2006) la regresión lineal Permite determinar el grado de dependencia de las series de valores X e Y, prediciendo el valor y estimado que se obtendría para un valor x que no esté en la distribución.

Para el cálculo de la demanda proyectada, se tomará en cuenta los datos de las importaciones peruanas de la partida arancelaria 653205.53 de los últimos cinco años expresado en toneladas; evaluando si hubo crecimiento o no durante ese periodo de tiempo. La tabla detalla la demanda de 2014 a 2018.

**Tabla 18.** Demanda de fertilizantes del periodo 2014-2018

| Años            | 2014       | 2015       | 2016       | 2017       | 2018       |
|-----------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| <b>Tonelada</b> | 110,595.67 | 113,071.94 | 118,295.28 | 148,665.89 | 162,576.75 |

**Fuente:** ADEX DATA TRADE

Elaboración: Propia

La tabla anterior muestra que la demanda ha aumentado históricamente en los últimos cinco años, por lo que la proyección más adecuada es la regresión lineal. Para proyectar la demanda de los siguientes cinco años se utiliza la fórmula de proyección lineal  $Y = A + BX$ . Adicionalmente, la variable independiente  $a$  y la variable dependiente  $b$  se calculan mediante el método de mínimos cuadrados. La aplicación del método de mínimos cuadrados se muestra en la siguiente tabla, y en la tabla 19. Se confirma que las variables  $a$  y  $b$  fueron calculadas correctamente.

**Tabla 19.** Aplicación del método de mínimos cuadrados

| X            | X  | Y           | XY          | X <sup>2</sup> |
|--------------|----|-------------|-------------|----------------|
| <b>2014</b>  | 1  | 110,596     | 110595.67   | 1              |
| <b>2015</b>  | 2  | 113,072     | 226143.8892 | 4              |
| <b>2016</b>  | 3  | 118,295     | 354885.84   | 9              |
| <b>2017</b>  | 4  | 148,666     | 594663.5745 | 16             |
| <b>2018</b>  | 5  | 162,577     | 812883.7617 | 25             |
| <b>Total</b> | 15 | 653205.5406 | 2099172.735 | 55             |

**Fuente:** Elaboración Propia

**Tabla 20.** Cálculo de las variables  $a$  y  $b$ 

| Variables                     |   | Cálculo  |
|-------------------------------|---|----------|
| <b>Variable Dependiente</b>   | B | 13955.61 |
| <b>Variable Independiente</b> | A | 88774.27 |

**Fuente:** Elaboración Propia

La proyección para los siguientes cinco años se ha calculado utilizando los datos calculados en el cuadro anterior y la fórmula de proyección lineal; asimismo, el análisis que se hizo para verificar la proyección de cada año se muestra en la siguiente tabla.

**Tabla 21.** Proyección de la demanda de fertilizantes para los años 2020 al 2024.

| 2020    | 2021    | 2022    | 2023    | 2024    |
|---------|---------|---------|---------|---------|
| 186,464 | 200,419 | 214,375 | 228,330 | 242,286 |
|         | 7.48%   | 6.96%   | 6.51%   | 6.11%   |

**Fuente:** Elaboración Propia

### 3.4.1 Muestra

Según (Vara, 2013), En los estudios cuantitativos, el tamaño de la muestra depende de la precisión con que se desea estimar los resultados. Los resultados serán más precisos y la muestra será más representativa de la población. Para determinar el tamaño de las muestras cuantitativas se utilizan fórmulas estadísticas. Se requieren algunos valores para esto, tales como:

- **El tamaño de la población**  
Si es superior a 100,000 entonces 370 será un tamaño de muestra suficiente. Debes calcularlo usando fórmulas si es menor a cien mil.
- **El nivel de confianza:**  
Se recomienda que sea del 95 por ciento en todo momento. El tamaño aproximado de la relación (p,q).
- **El error máximo admisible:**  
Acepte el error máximo entre 5% y 7%.
- **Otros valores adicionales:**  
Cómo, entre otros, la tasa de no respuesta.

- **De este modo:**

n = tamaño de muestra

z = nivel de confianza elegido (igual a 1.96)

p = (10)

q = porcentaje complementario (p - q = 90)

N = tamaño de la población (N=3000)

e = error máximo permitido (5)

La fórmula empleada para determinar el tamaño de muestra es:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2(N-1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

n = 132

Para determinar la aceptación del producto y el nivel de compras con base en los resultados, emplear estrategias de mercado competitivas y hacer frente a la competencia, será necesario encuestar a aproximadamente 132 agricultores.

### **3.5 Estudio de la oferta**

#### **3.5.1 Empresas que ofertan productos similares**

Molinos & Cía. es la empresa líder en el mercado peruano la cual abarca en puntos estratégicos del Perú: Lima, Piura, Chiclayo, Tarapoto, Trujillo y Arequipa, es una empresa que ha expandido y tiene un capital fuerte, además, tiene variedades de productos para la siembra en la agricultura.



## MOLIMAX PAPA SIERRA

### Nutrientes principales:

- 15% Nitrógeno (N)
- 25% Fósforo (P<sub>2</sub>O<sub>5</sub>)
- 15% Potasio (K<sub>2</sub>O)
- 2% Magnesio (MgO)
- 3% Azufre (S)

### Presentación:

Granulado en sacos de 50kg.

### Uso:

Adecuado para papa, maíz choclo, arveja, etc.

El producto de mayor demanda en la zona de Huánuco es Molimax papa sierra que es el producto que competirá con nuestra marca súper compuesto punto azul.

### 3.5.2 Reporte de importación de la empresa Molinos & Cia expresado en toneladas y kilogramos.

La empresa Molinos & Cía. se dedica a la importación, producción y comercialización, en la siguiente tabla muestra la importación de variedad de abono del 2018.

**Tabla 22.** Importaciones de la empresa Molino & CIA

| Razón Social       | Descripción Comercial 1  | US\$ CIF   | Peso Neto (Kg.) | Unidad de Medida         |
|--------------------|--|------------|-----------------|--------------------------|
| MOLINOS & CIA S.A. | NITRATO DE AMONIO S/M S/M  | 108,548.63 | 401,550.00      | TONELADAS                |
| MOLINOS & CIA S.A. | NITRATO DE AMONIO ESTABILIZADO, MARCA: SIN MARCA, MODELO: SIN MODELO | 487,584.90 | 1,803,710.00    | TONELADAS                |
| MOLINOS & CIA S.A. | NITRATO DE AMONIO, SM, SM  | 541,346.50 | 2,002,560.00    | KILOGRAMO POR 10**3 (TM) |
| MOLINOS & CIA S.A. | NITRATO DE AMONIO SM SM  | 81,274.55  | 300,650.00      | TONELADAS                |
| MOLINOS & CIA S.A. | NITRATO DE AMONIO SM SM  | 675,116.88 | 2,496,950.00    | TONELADAS                |
| MOLINOS & CIA S.A. | NITRATO DE AMONIO, SM, SM  | 320,117.20 | 1,206,480.00    | KILOGRAMO POR 10**3 (TM) |
| MOLINOS & CIA S.A. | NITRATO DE AMONIO S/M S/M  | 80,088.89  | 301,860.00      | TONELADAS                |

|                    |  |              |              |                          |
|--------------------|--|--------------|--------------|--------------------------|
| MOLINOS & CIA S.A. | NITRATO DE AMONIO ESTABILIZADO, MARCA: SIN MARCA, MODELO: SIN MODELO | 265,318.01   | 990,120.00   | TONELADAS                |
| MOLINOS & CIA S.A. | NITRATO DE AMONIO SM SM  | 265,366.22   | 1,000,180.00 | TONELADAS                |
| MOLINOS & CIA S.A. | NITRATO DE AMONIO SM SM  | 398,180.55   | 1,500,760.00 | TONELADAS                |
| MOLINOS & CIA S.A. | NITRATO DE AMONIO, SM, SM  | 352,499.05   | 1,501,380.00 | KILOGRAMO POR 10**3 (TM) |
| MOLINOS & CIA S.A. | NITRATO DE AMONIO S/M S/M  | 70,428.65    | 299,970.00   | TONELADAS                |
| MOLINOS & CIA S.A. | NITRATO DE AMONIO, MARCA:S/M, MODELO:S/M                             | 399,128.34   | 1,698,580.00 | TONELADAS                |
| MOLINOS & CIA S.A. | NITRATO DE AMONIO SM SM  | 347,790.82   | 1,477,240.00 | TONELADAS                |
| MOLINOS & CIA S.A. | NITRATO DE AMONIO S/M S/M  | 235,084.64   | 1,001,280.00 | TONELADAS                |
| MOLINOS & CIA S.A. | NITRATO DE AMONIO S/M S/M  | 173,374.79   | 769,550.00   | TONELADAS                |
| MOLINOS & CIA S.A. | NITRATO DE AMONIO, SM, SM  | 619,797.10   | 2,751,340.00 | KILOGRAMO POR 10**3 (TM) |
| MOLINOS & CIA S.A. | NITRATO DE AMONIO ESTABILIZADO, MARCA:S/M, MODELO:S/M                | 619,636.61   | 2,750,780.00 | TONELADAS                |
| MOLINOS & CIA S.A. | NITRATO DE AMONIO S/M S/M  | 470,864.31   | 2,090,220.00 | TONELADAS                |
| MOLINOS & CIA S.A. | NITRATO DE AMONIO S/M S/M  | 596,306.25   | 2,647,010.00 | TONELADAS                |
| MOLINOS & CIA S.A. | NITRATO DE AMONIO S/M S/M  | 550,622.45   | 1,999,840.00 | TONELADAS                |
| MOLINOS & CIA S.A. | NITRATO DE AMONIO, SM, SM  | 1,901,616.94 | 6,906,620.00 | KILOGRAMO                |
| MOLINOS & CIA S.A. | NITRATO DE AMONIO, MARCA:S/M, MODELO:S/M                             | 2,163,812.94 | 7,865,980.00 | TONELADAS                |
| MOLINOS & CIA S.A. | NITRATO DE AMONIO S/M S/M  | 1,598,069.51 | 5,804,150.00 | TONELADAS                |
| MOLINOS & CIA S.A. | NITRATO DE AMONIO S/M S/M  | 1,642,453.15 | 5,959,460.00 | TONELADAS                |

**Fuente:** Adex Data Trade

Con los datos que se obtuvo en la página ADEX, determinaremos el costo de importación de un producto que comercializa la empresa Molinos & Cia.



**Figura 11. Producto a Comercializar**



CIF / PESO NETO TN

620740.96 / 2000.63

\$310.27 la tonelada

### 3.5.2.1 Cuestionario

#### - Modelo de la encuesta:

Estimado(a):

El siguiente cuestionario enumera la respuesta del departamento de Huánuco, ayuda a saber el grado de aceptación del producto y el conocimiento que tiene los agricultores en la mezcla.

El producto tiene una mezcla de punto azul que tiene muchos beneficios en la planta.

Agradecemos de antemano su participación.

#### Datos de Identificación:

##### Nombre del agricultor

##### Antigüedad en la actividad

1-5 años ( )    6-10 años ( )    11-20 años ( )    Más de 20 años ( )

Preguntas:

1. ¿Cuántas veces siembra al año?

a) 1                      b) 2                      c) 3                      d) más de 4

2. ¿Qué tipo de fertilizantes usa para la siembra?

- a) Compomaster papa sierra      b) Yara vera      c) compuesto Martínez  
papa sierra d) otras marcas

3. ¿Conoce el fertilizante súper compuesto punto azul?

- a) Si      b) No

Sabía que con la utilización de este producto:

- Tendrá mayor producción en la siembra
- Menor costo en inversión
- Las plantas serán más fuertes a las plagas.

4. ¿Sabe de la importancia que tiene este producto?

- a) Nada      b) Nociones Básicas      c) Si conozco del uso

5. ¿Sabiendo las ventajas del producto, compraría la mezcla?

- a) No      b) Si

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la mezcla de 50kg?

- a) S/ 80.00 -83.00 soles      b) S/84.00-87.00 soles      c) S/ 88.00-91.00  
soles

7. ¿Cuál de estos criterios permite que Ud. compre el producto?

- a) Precio      b) Calidad      c) Reducción de costos

8. ¿Cómo le gustaría enterarse del producto?

- a) Radio      b) Aviso publicitario      C) Redes sociales      d) Revistas  
e) Ferias

9. ¿Cuántas toneladas compra al año?

- a) 10 TN                      b) 12TN                      c) 13 TN                      d) 14 a más

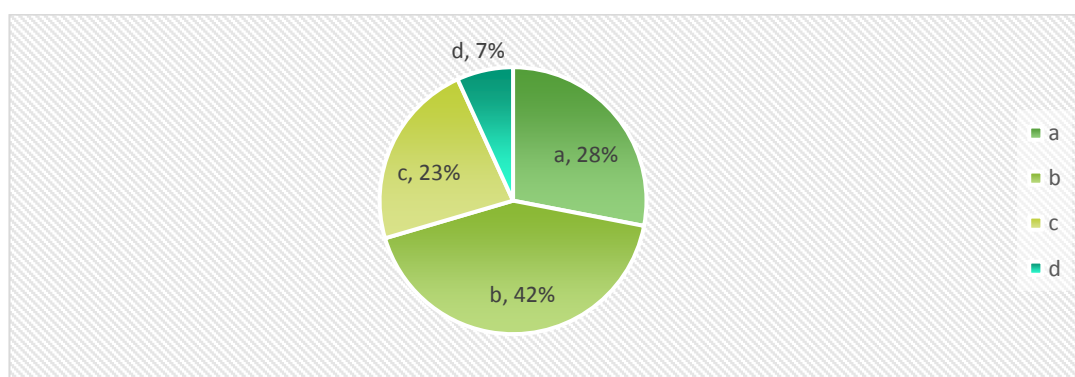
Las respuestas de la muestra de 132 personas se muestran a continuación en forma de porcentaje.

**Tabla 23.** Cuadro de resultado al sondeo

|              |                           | Encuestas |      |      |      |      |      |        |      |  |
|--------------|---------------------------|-----------|------|------|------|------|------|--------|------|--|
|              |                           | Preguntas |      |      |      |      |      |        |      |  |
| Respuestas   | 1                         | 2         | 3    | 4    | 5    | 6    | 7    | 8      | 9    |  |
| a            | 37                        | 58        | 42   | 50   | 100  | 40   | 20   | 49     | 28   |  |
| b            | 56                        | 35        | 90   | 38   | 32   | 45   | 55   | 39     | 32   |  |
| c            | 30                        | 28        |      | 44   | 0    | 47   | 57   | 34     | 30   |  |
| d            | 9                         | 11        |      |      |      |      |      | 10     | 42   |  |
| <b>Total</b> | 132                       | 132       | 132  | 132  | 132  | 132  | 132  | 132    | 132  |  |
| Respuestas   | Porcentajes de aceptación |           |      |      |      |      |      |        |      |  |
| a            | 28%                       | 44%       | 32%  | 38%  | 76%  | 30%  | 15%  | 37%    | 21%  |  |
| b            | 42%                       | 27%       | 68%  | 29%  | 24%  | 34%  | 42%  | 29.55% | 24%  |  |
| c            | 23%                       | 21%       | 0%   | 33%  | 0%   | 36%  | 43%  | 25.76% | 23%  |  |
| d            | 7%                        | 8%        | 0%   | 0%   | 0%   | 0%   | 0%   | 7.58%  | 32%  |  |
| e            | 0%                        | 0%        | 0%   | 0%   | 0%   | 0%   | 0%   | 0%     | 0%   |  |
| f            | 0%                        | 0%        | 0%   | 0%   | 0%   | 0%   | 0%   | 0%     | 0%   |  |
| <b>Total</b> | 100%                      | 100%      | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100%   | 100% |  |

**Fuente:** Elaboración propia

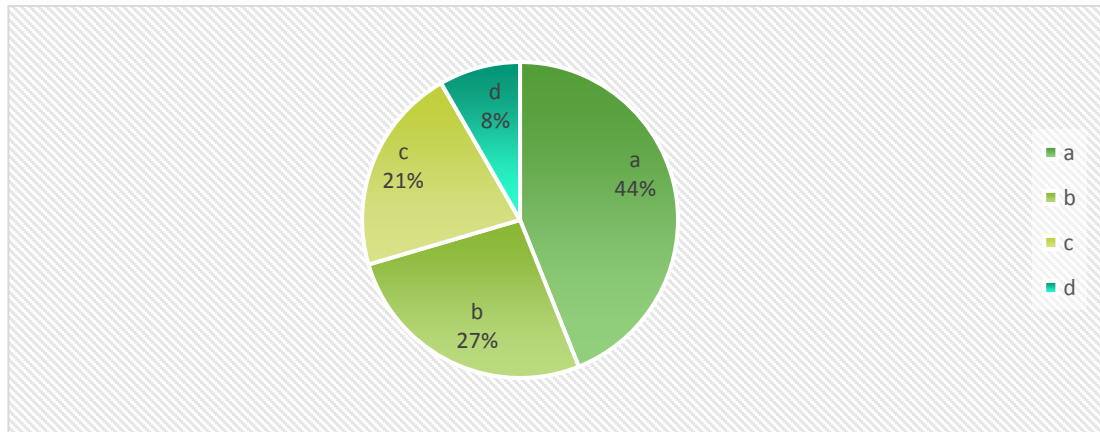
**Figura 12. P1.** ¿Cuántas veces siembra al año?



En la Figura se muestra que el 28% siembra una vez al año; el 42% siembra 2 veces al año; el 23% siembra 3 años y el 7% siembra más de 4

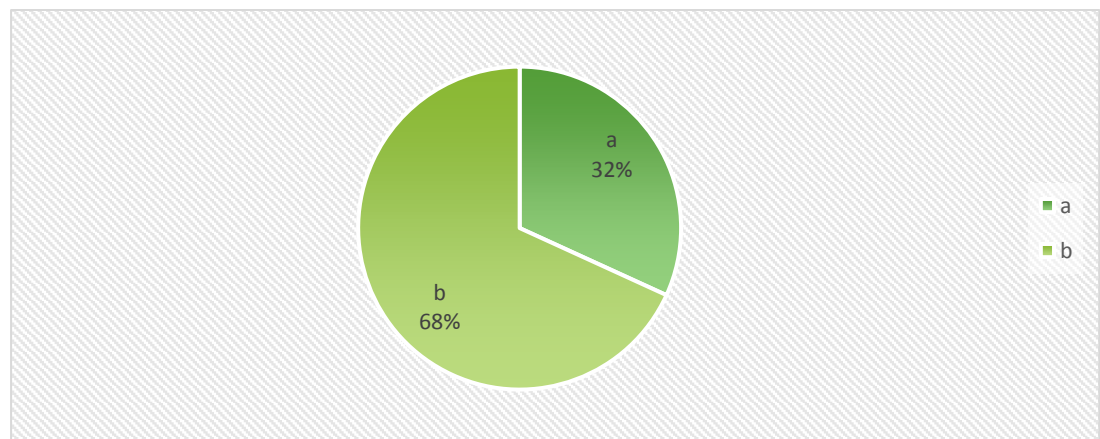
veces, las veces que siembran se debe a muchos factores en el campo como plagas, caída de precios, mucha oferta y poca demanda.

**Figura 13. P2.** ¿Qué tipo de fertilizantes usa para la siembra?



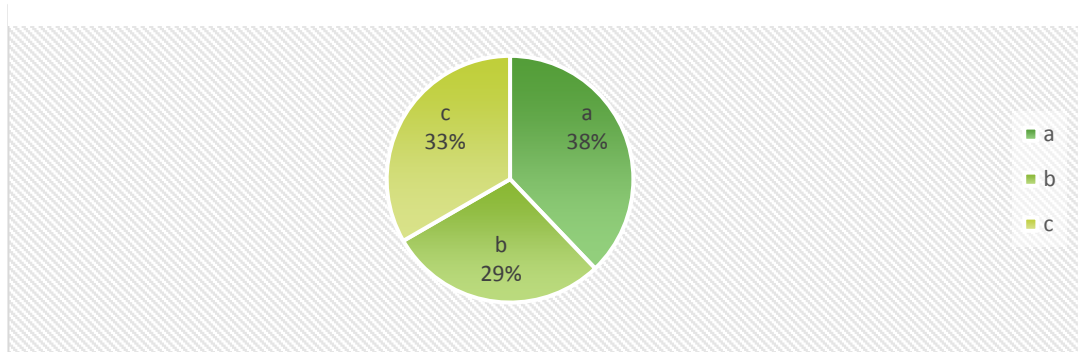
En la figura se muestra que el 44% compra compomaster papa sierra; el 27% compra Yara vera; el 21% compuesto Martínez papa sierra y el 8% otras marcas, se observa que el producto líder en la zona de Huánuco es el producto compomaster papa sierra esto se debe a que tiene años en el mercado e inversión en marketing a pesar que la empresa Yara importa del mismo país de origen de Molinos no ha tenido mucha aceptación en el mercado.

**Figura 14. P3.** ¿Conoce el fertilizante súper compuesto punto azul?



La figura muestra que el 32% si conoce el producto y el 68% no conoce el producto esto se debe a que el artículo es nuevo en el mercado y los compradores no conoce el beneficio que tiene.

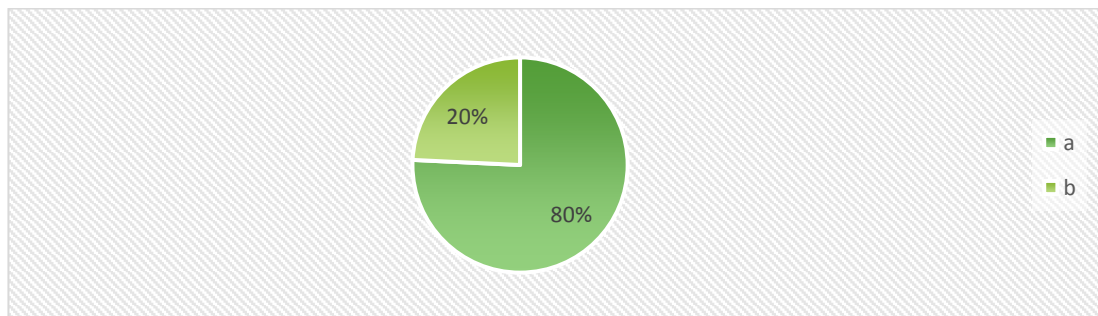
**Figura 15.** P4 ¿Sabe de la importancia que tiene este producto?



a) Nada      b) Nociones Básicas      c) Si conozco del uso

En la figura se muestra que el 38% no sabe de la importancia que tiene el producto; el 29% tiene nociones básicas y el 33% si conoce del uso esto se debe a que no han comprado algún producto que tiene punto azul y la mayoría no tiene conocimiento de los nutrientes que da esto a la planta.

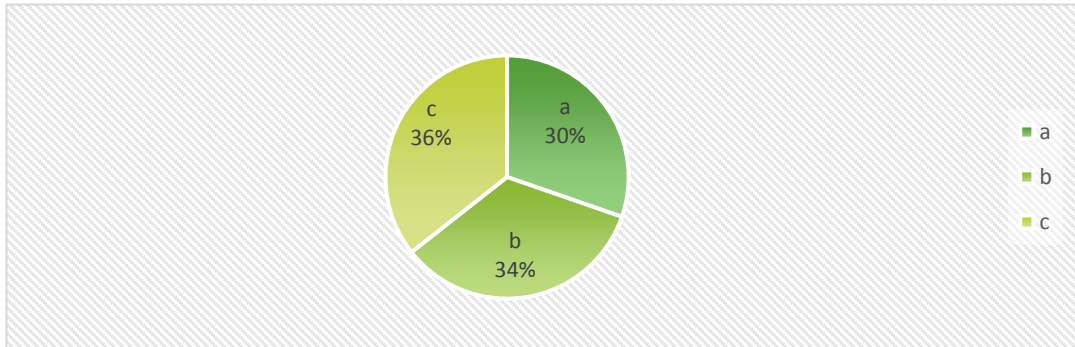
**Figura 16.** P.5¿conociendo los beneficios del producto, compraría la mezcla



En la figura se muestra que el 80% compraría el producto y el 20% no compraría esto se debe a que el producto es nuevo en el mercado y la

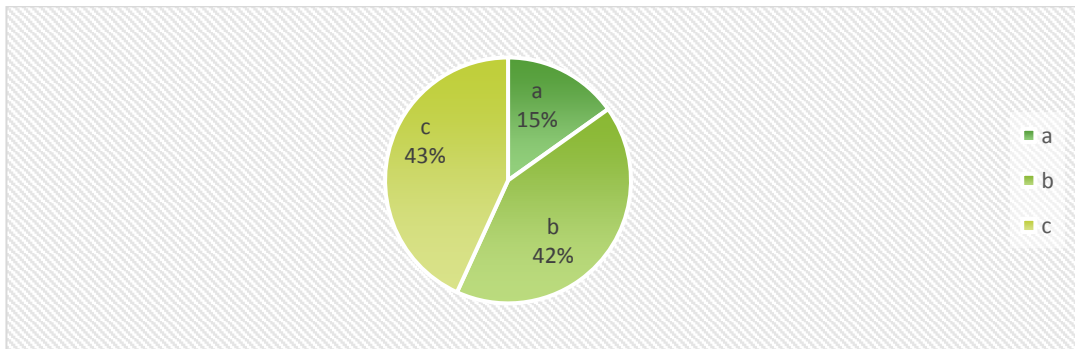
aceptación, sin embargo, hay mayor aceptación por los beneficios que tiene esto.

**Figura 17. P6** ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la mezcla de 50kg?



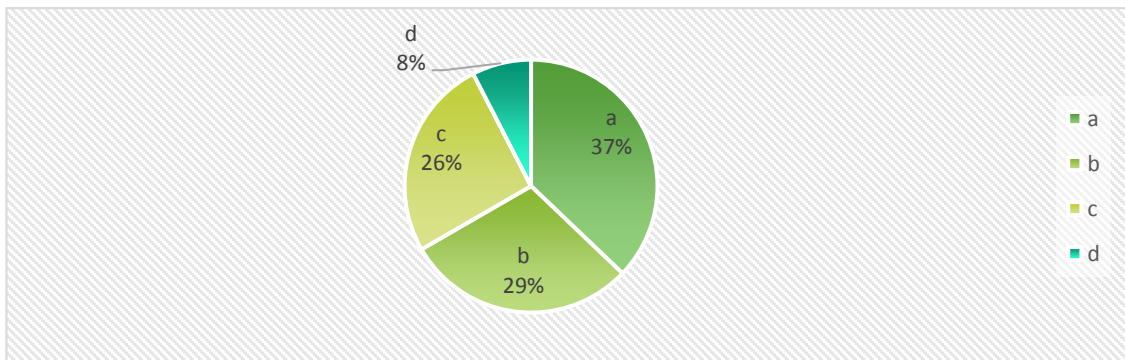
En la figura se muestra el 30% están con la disposición a pagar de 80 a 83 soles; el 34% pagaría de S/ 84.00 a S/ 87.00 y el 36% de S/ 88.00 a S/ 91.00, esto se debe a que el producto es Premium con mezcla de alta calidad y de empresas reconocidas en el mercado.

**Figura 18. P7** ¿Cuál de estos criterios permite que Ud. compre el producto?



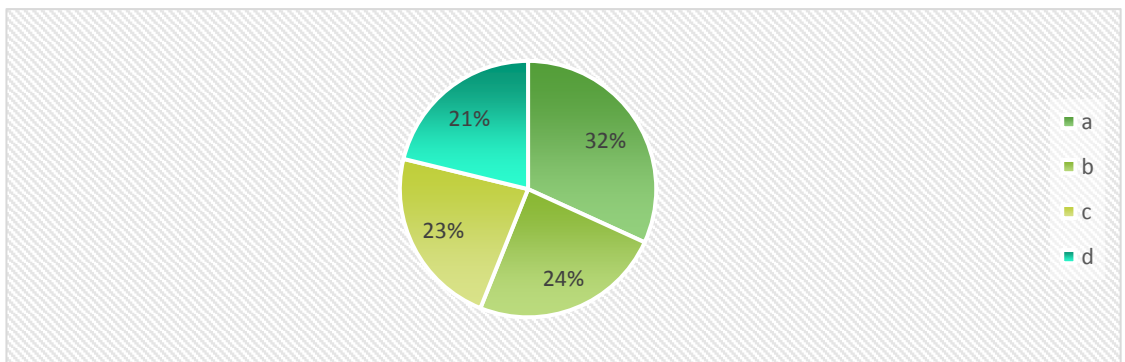
En la figura se muestra que el 15% da prioridad al precio; el 42% la calidad y el 43% reducción de costos, dada los resultados se observa que los inversionistas buscan resultados del producto en el campo.

**Figura 19. P8 ¿Cómo le gustaría enterarse del producto?**



En la figura se muestra que el 37% estaría pendiente de las marcas por radio, el 29% por medios publicitarios, el 26% por redes sociales y el 8% por revistas. Este punto es muy importante para saber cómo llegar a nuestro público objetivo.

**Figura 20. P9 ¿Cuántas toneladas compra al año?**



En la gráfica se observa la cantidad de compra de toneladas, el 32% compra 10 toneladas, el 24% compra 12Tn, el 23% compra 13Tn y el 21% compra más de 14 TN.

### **3.5.3 Fijación de precios**

#### **3.5.3.1 Método basado en los costos**

El enfoque basado en costos ayudará a determinar el precio más bajo que debe tenerse en cuenta para evitar pérdidas, pero eso no implica que también sea el precio más alto el que debe tenerse en cuenta.

Este método implica calcular los costos de producción, distribución y administración, y luego agregar un margen que representa las ganancias que se obtendrán de la venta del artículo en cuestión. Fertilizantes Mix S.A.C. considerará como costo base el costo de la compra de fertilizante en los términos acordados con el proveedor, pagado por una empresa local.

#### **3.5.3.2 Método basado en la competencia**

Con el fin de determinar si el producto se considerará caro en comparación con el promedio actual, se examinará este método para determinar cuál es el precio de referencia que se presenta actualmente en el mercado peruano de fertilizantes.

Asimismo, se verificaron los precios de las principales marcas de fertilizantes del mercado; Para ello se contactó con tres de las empresas líderes. El costo promedio de las marcas de fertilizantes Molimax Papa Sierra, Yara Plus y Super Compound Martínez se presenta en la siguiente tabla con una presentación más cercana a los 50 Kg por saco.



**Tabla 24.** Precio de venta de la competencia

| <b>Información /<br/>Secadoras</b> | <b>Molimax Papa<br/>sierra</b> | <b>Yara plus</b> | <b>Súper compuesto<br/>Martínez</b> |
|------------------------------------|--------------------------------|------------------|-------------------------------------|
| Presentación                       | Saco 50 Kg.                    | Saco 50 Kg.      | Saco 50 Kg.                         |
| Precio por saco S/.                | 88.00                          | 86.00            | 85.00                               |

**Fuente:** Elaboración propia

El precio del fertilizante ofrecido por la empresa Fertilizantes MIX S.A.C puede verse como razonable con base en este análisis y está a un precio superior al que se encuentra en el mercado de Huánuco, pero se debe especificar que el beneficio que ofrece este producto es superior al que se encuentra en el mercado.

#### **3.5.4 Análisis benchmarking**

Es una herramienta para analizar prácticas, datos, bienes y servicios en un entorno similar (el de un rival, un socio comercial u otra división de la misma organización) es la evaluación comparativa.

Los tres principales proveedores de fertilizantes en Huánuco han sido identificados para el análisis de Benchmarking de este proyecto con base en sus niveles actuales de participación en el mercado. El análisis se realizó teniendo en cuenta seis factores, que incluyen participación de mercado, capacidad económica, calidad del producto, precio e innovación. Los resultados se muestran en la tabla de abajo.

**Tabla 25.** Análisis de Benchmarking

| Empresa/ Características    | Peso        | Molino & Cia S.A.C. |            | Yara Perú S.R.L |            | Agro Martínez S.C.R.L |             |
|-----------------------------|-------------|---------------------|------------|-----------------|------------|-----------------------|-------------|
|                             |             | Calif.              | Pond.      | Calif.          | Pond.      | Calif.                | Pond.       |
| Calidad del producto        | 21%         | 5                   | 1.05       | 4               | 0.84       | 3                     | 0.63        |
| Precio del producto         | 15%         | 3                   | 0.45       | 4               | 0.6        | 5                     | 0.75        |
| Innovación en sus productos | 21%         | 5                   | 1.05       | 4               | 0.84       | 2                     | 0.42        |
| Capacidad económica         | 10%         | 4                   | 0.4        | 3               | 0.3        | 1                     | 0.1         |
| Promoción y publicidad      | 13%         | 5                   | 0.65       | 4               | 0.52       | 2                     | 0.26        |
| Participación en el Mercado | 20%         | 5                   | 1          | 4               | 0.8        | 3                     | 0.6         |
| Total                       | <b>100%</b> |                     | <b>4.6</b> |                 | <b>3.9</b> |                       | <b>2.76</b> |

**Fuente:** Elaboración propia.

Este análisis indica que Molino y Cia S.A.C es una empresa peruana que tiene las cualidades más admirables para imitar. Se considera que el producto de esta marca tiene una de las mejores calidades de la industria; además, el precio es razonable y ofrece opciones de productos para los distintos niveles económicos del país. También es una de las empresas con mayor participación de mercado, y esta participación se mantiene gracias a la publicidad y promoción que realiza. Esta es una de las empresas de referencia que Fertilizantes tendrá en cuenta como fuente de información para aprender a participar activamente en el mercado de fertilizantes.

### **3.5.5 Cadena de Distribución Física**

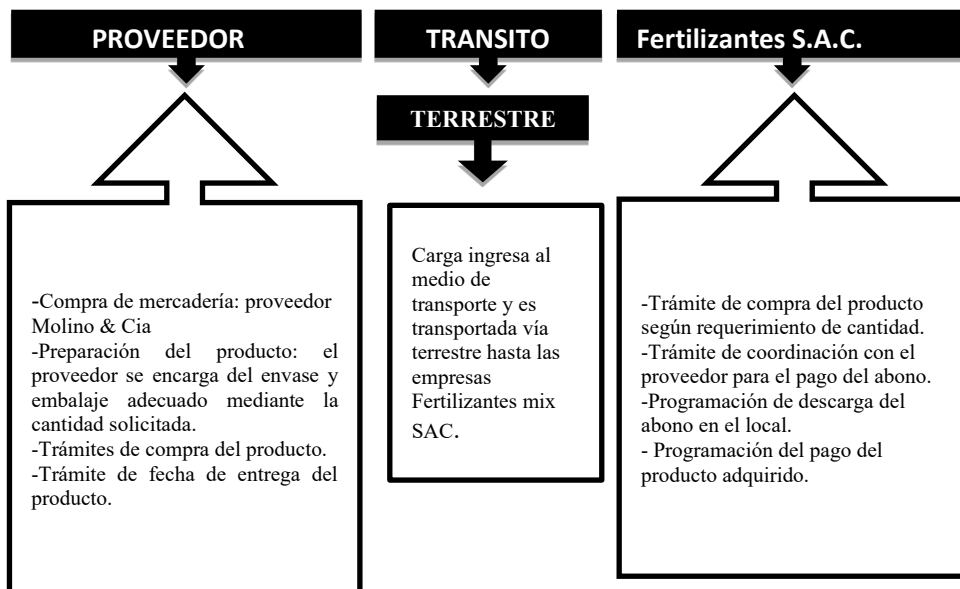
Debe entenderse que la distribución física incluye todos los procedimientos y tareas necesarios para mover mercancías de un lugar a otro. Estas tareas deben realizarse en un orden específico, y la duración total se refiere al tiempo que tardará el producto en viajar desde su origen hasta su destino final, que es el cliente.

El almacén de la empresa Fertilizantes Mix recibirá el insumo para este proyecto luego de que haya sido transportado desde la bodega del proveedor,

la cual se encuentra en Huachipa, Lima. En esta cadena también se realizarán físicamente todas las demás actividades, procedimientos y operaciones necesarias para trasladar el insumo desde el almacén del proveedor al almacén de la empresa. Todas las partes de esta cadena tendrán en cuenta la mejor ventana de entrega y los medios más asequibles para llevarla a cabo.

Los canales de distribución física de Fertilizantes Mix S.A.C. se muestra a continuación:

**Figura 21.** Cadena de distribución física de la empresa Fertilizantes mix



**Fuente:** Elaboración propia.

Como se puede apreciar, existen tres etapas principales en la cadena de distribución física de la empresa donde se identifica un actor clave: El proveedor, quien es con quien se realizará el acuerdo comercial para la compra del producto, la cantidad a solicitar, y su fecha de entrega.

## Distribución Física en el local del Proveedor

- **Proveedor de la empresa**

El proveedor será la empresa Molinos & Cia, ubicada en Lima en Huachipa. Esta empresa se dedicada a proveer Insumos, fertilizantes.

- **Elección del proveedor**

Las principales razones por las que se eligió a este proveedor fueron que ofrecía un producto de la más alta calidad y que cada vez era más conocido en el mercado peruano. Para el proceso de selección se evaluaron dos empresas que comercializan el mismo producto, y los criterios tomados en cuenta se enumeran en la siguiente tabla.

**Tabla 26.** Evaluación de proveedor

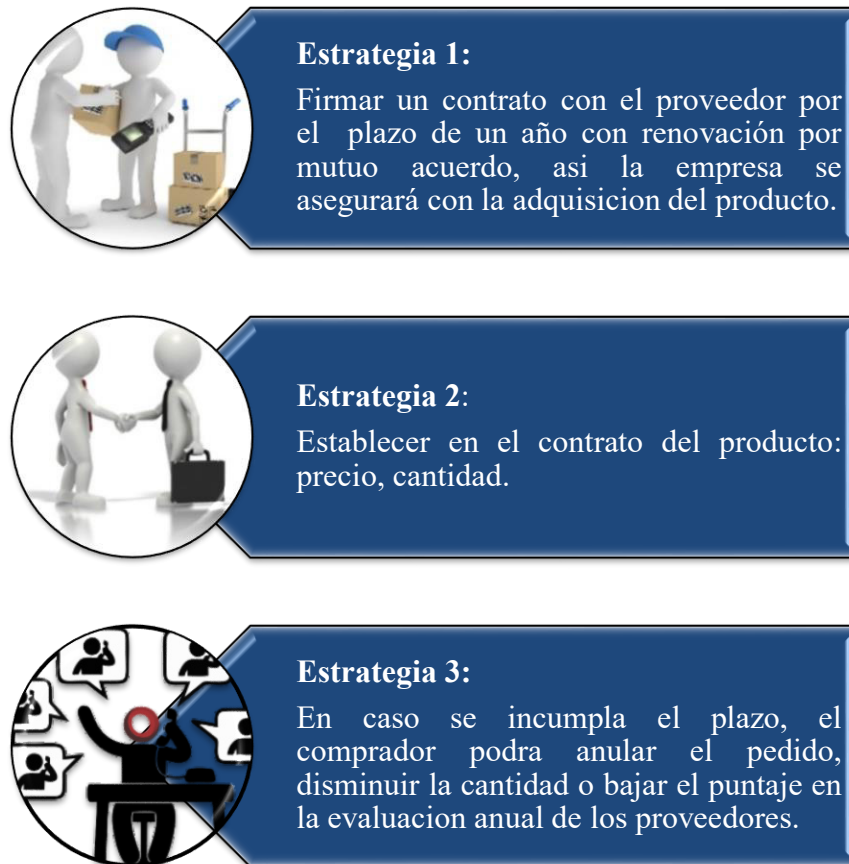
| Criterios                                  | Molino & Cia                    | Yara Perú SRL.                  |
|--|---------------------------------|---------------------------------|
| <b>Tipo de producto</b>                    | Fertilizantes para agricultura. | Fertilizantes para agricultura. |
| <b>Producto de calidad</b>                 | Si                              | Si                              |
| <b>Ciudad</b>                              | Lima                            | Lima                            |
| <b>Precio por kilo</b>                     | S/ 63.00                        | S/ 64.00                        |
| <b>Experiencia</b>                         | 25 años                         | 8 años                          |
| <b>Tiempo de entrega</b>                   | Inmediata                       | Inmediata                       |
| <b>Capacidad de abastecimiento mensual</b> | 57,528 toneladas anual          | 27,900 toneladas anuales        |

**Fuente:** Elaboración propia.

La empresa Molino CIA S.A.C tiene más ventajas que la otra empresa en base a los criterios considerados, entre ellos tener mayor experiencia en el mercado, entrega inmediata de pedidos, reconocimiento a nivel nacional y una capacidad de suministro de 57,528 toneladas al año.

La estrategia de la empresa fertilizantes S.A.C con el proveedor es la siguiente:

**Figura 22.** Cadena de distribución física de la empresa Fertilizantes mix



### 3.6 Determinación de la Demanda Insatisfecha

Se solicitó información reciente de APEIM e INEI para determinar la demanda insatisfecha y se obtuvo una segmentación que permitió determinar el mercado disponible y la demanda insatisfecha.

**Tabla 27.** Determinación de la demanda insatisfecha para el 2020

|   |                  |
|---|------------------|
| <b>N° de pequeños y medianos productores agropecuarios en Perú</b>          | <b>2,244,679</b> |
| % N° de agricultores que se dedican a la actividad agrícola y pecuaria      | 75.70%           |
| <b>N° de agricultores que se dedican a la actividad agrícola y pecuaria</b> | <b>1,699,222</b> |
| % N° de agricultores que se dedican a la actividad agrícola                 | 23.51%           |
| <b>N° de agricultores que se dedican a la actividad agrícola</b>            | <b>399,553</b>   |
| % N° de agricultores que se dedican a la actividad agrícola en Huánuco      | 0.75%            |
| <b>N° de agricultores que se dedican a la actividad agrícola en Huánuco</b> | <b>3,000</b>     |
| <b>Mercado disponible (n)</b>   | <b>3,000</b>     |
| Compra de fertilizantes (q) toneladas                                       | 10               |
| <b>Demanda potencial (Q)</b>  | <b>30,000</b>    |
| % Mercado efectivo  | 80%              |
| <b>Mercado efectivo</b>   | <b>24,000</b>    |
| Participación de mercado  | 1.88%            |
| <b>Ventas anuales toneladas</b>   | <b>450</b>       |

**Fuente:** Elaboración Propia

Se estableció lo que necesita una empresa del rubro agropecuario en cuanto a compras de insumos anuales, donde q: es el monto de las compras anuales en toneladas. El mercado disponible de fertilizantes (n) se ha multiplicado por el tamaño actual del mercado (q), lo que da como resultado la demanda potencial (Q). El negocio ha tomado una cuota de mercado de este total para 2020, que dependerá del nivel de demanda del producto, capacidad de oferta, capacidad económica, capacidad financiera y capacidad de gestión. Como resultado, se ha estimado que cada producto tendrá una demanda en el primer año de 450 toneladas, lo que le da a la compañía una participación de mercado de 1.88%.

### **3.7 Proyecciones y provisiones para comercializar**

#### **3.7.1 Provisiones para comercializar**

Las provisiones para comercializar en el sector agro:

Charlas: Se realizará charlas cada temporada de siembra y se buscara nuevos clientes para mostrarle el producto y beneficios que tiene.

Post venta: El servicio de post venta es personalizado, ya que dirigimos al cliente final y esta recibirá buena atención.

#### **3.7.2 Marketing Mix:**

##### **3.7.2.1 Estrategia del Producto**

La empresa Fertilizantes Mix S.A.C no solo comercializara fertilizantes en el establecimiento de los agricultores, sino que también brinda el servicio de capacitación y charlas, esta forma nos permite poder satisfacer las necesidades de nuestro público objetivo y poder diferenciarnos de la competencia, no solo es suficiente con el precio conveniente sino brindarle valor agregado.

Agregar beneficios y características del producto

##### **3.7.2 .2 Estrategia del precio**

Fertilizantes Mix S.A.C es la empresa que ha calculado el precio de venta en base a lo siguiente:

La empresa realizará un análisis benchmarking de la competencia de productos sustitutos y determinando el costo unitario se adicionará un margen de utilidad para determinar un precio relativamente mayor a la competencia, por ser un producto con valor agregado que está ofreciendo un fertilizante que tiene como novedad la mezcla del punto azul.

- **Estrategias de precios empleadas:**
- **Estrategia Premium:** La empresa empleará una estrategia Premium, que implica poner un precio a un producto más alto que la tarifa vigente en el mercado. Los clientes pueden creer que el producto es superior a los ofrecidos por la competencia como resultado de esto.

### **3.7.2.3 Canal de Distribución**

Según (Velazquez E., 2012) define canales de distribución como el conjunto de organizaciones independientes que participan el proceso de poner un producto o servicio a disposición del consumidor final o de un usuario industrial.”

Los canales de mercadeo directo, telefónico y de redes sociales serán utilizados por Fertilizantes Mix como sus canales de distribución.

Es directo porque los agricultores pueden visitar el negocio y ver la calidad y variedad de los productos que se ofrecen a un precio de compra razonable. Es telefónico porque los agricultores realizan una cotización por llamada.

Es electrónico porque se contará con redes sociales (Facebook empresarial y WhatsApp). El efectivo, las tarjetas de crédito y las tarjetas de débito son formas de pago aceptadas para los distintos canales de comercialización.

### **3.7.2.4 Estrategia de Promoción**

Según (Martinez E., Montaner T., Pina J., 2007) la estrategia de promoción es uno de los ejes más importantes en un plan de marketing porque representa un porcentaje significativo en el presupuesto anual de la



empresa, esta herramienta se debe desarrollar de manera correcta, debido a que se relaciona directamente con el incremento de las ventas.

A continuación, se describen los planes de promoción de ventas y marketing digital que se utilizarán para el negocio de fertilizantes Mix. Configure los sistemas y especifique las tácticas de marketing, como la promoción de ventas.

**Tabla 28.** Presupuesto Proyectado de Gasto de Ventas

| <b>Descripción</b>                            | <b>2020</b>  | <b>2021</b>  | <b>2022</b>  | <b>2023</b>  | <b>2024</b>  |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Página web                                    | 600          | 600          | 600          | 600          | 600          |
| Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) | 500          | 520          | 546          | 579          | 619          |
| Facebook                                      | 1,000        | 1,040        | 1,092        | 1,158        | 1,239        |
| comisionista                                  | 5,900        | 6,136        | 6,443        | 6,829        | 7,307        |
| <b>Total gasto de ventas</b>                  | <b>8,000</b> | <b>8,296</b> | <b>8,681</b> | <b>9,166</b> | <b>9,765</b> |

**Fuente:** Elaboración Propia

El negocio comenzará utilizando promociones, teniendo en cuenta que, como nuevo jugador en el mercado, necesita concentrar sus esfuerzos en atraer clientes que estén interesados en adquirir el producto.

- **Estrategias de marketing digital**

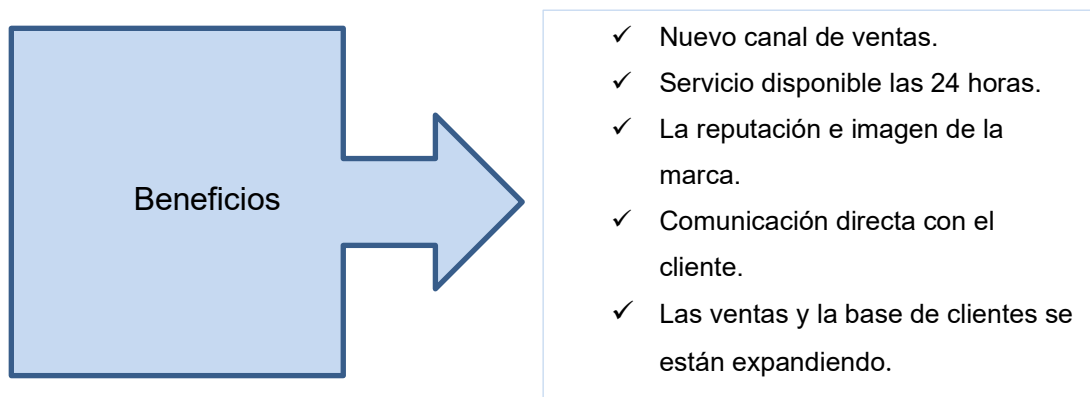
La empresa Fertilizantes Mix utilizará estrategias digitales que van desde el desarrollo de un sitio web hasta el uso de herramientas en línea:

• **Creación de página Web**

La creación de un sitio web es una de las principales estrategias de marketing porque mejora la reputación y permite a los clientes aumentar su nivel de confianza en el producto que se ofrece. No obstante, la web debe ser suficientemente accesible para que el consumidor pueda influir en su decisión de compra del producto. Teniendo en cuenta que los consumidores de hoy usan sitios web para buscar productos y realizar compras.

Se incluirán una serie de herramientas en el diseño del sitio web de Fertilizantes Mix en un esfuerzo por llamar la atención de los clientes. Sección de datos (nombre y apellidos, suscripción de email, número telefónico, dirección de domicilio). Las ventajas que obtendrá la empresa Fertilizantes Mix al tener un sitio web fácil de usar son las siguientes.

**Figura 23.** Beneficios de contar con una página web



**Fuente:** Elaboración propia

- **Facebook**

Fertilizantes Mix contará con un perfil de *Facebook* denominado *Fan Page*. Dicha web se podrá proporcionar los productos, servicios del negocio y el cliente podrá revisar, sin la necesidad de la aprobación de amistad y elegir si va o no con la página de la empresa, si va los fans compartirán publicaciones y se llegara a captar clientes. Sirve para vender y dar a conocer la marca de la empresa, también de adjuntara fotos de los clientes y resultados que tuvieron al usar el producto

Según (Aguirre, 2015), las ventajas que tiene la empresa estando en *Facebook* "*Fan page*" son:

- Mayor visibilidad para cualquier usuario.
- Comunicación clara y directa.
- Potencia la marca.
- Mejora el posicionamiento.
- Posibilidad de medir resultados con el control de las estadísticas, identificando el tipo de usuarios que acceden e interactúan con la página.

### **3.7.2.5 Estrategias de Segmentación**

La estrategia de segmentación utilizada por Fertilizantes Mix S.A.C está de acuerdo con este proceso. Se utilizará la estrategia concentrada porque la organización concentrará todos sus recursos y esfuerzos en el segmento identificado con el objetivo de satisfacer mejor las necesidades del cliente. Además, se podrá atender de manera más efectiva para obtener una ventaja competitiva debido a que ya se realizó el análisis del segmento de mercado al que se dirigirá la venta de fertilizantes. Los agricultores de la región Huánuco es el segmento al cual nos dirigimos.

- Geográficamente:  
El producto súper compuesto punto azul estará dirigido a los agricultores de la zona de Huánuco
- Demográficamente:  
El producto se comercializará a agricultores que se dedican a la siembra de diferentes productos del agro.
- Psicográficamente:  
Agricultores de la zona de Huánuco con poder adquisitivo
- Conductualmente:

El agricultor de la zona de Huánuco busca nuevos fertilizantes, con mayor desempeño.

### 3.7.2.6 Estrategias de posicionamiento

Dado que existen numerosos productos en el mercado y nuevos negocios que venden productos, que podrían convertirse en competidores, se deben desarrollar estrategias de posicionamiento. Las tácticas de posicionamiento de Fertilizantes Mix S.A.C. Permitirán vender bienes con más ventajas a un precio superior al de la competencia manteniendo la novedad y calidad del producto. Para fomentar una mayor participación en el mercado, se desea que el cliente tenga una imagen mental distinta de las cualidades o atributos del producto.

**Figura 24.** Estrategia de posicionamiento

|            |          | PRECIO      |                  |                       |
|------------|----------|-------------|------------------|-----------------------|
|            |          | Más         | Lo mismo         | Menos                 |
| BENEFICIOS | Más      | Más por más | Más por lo mismo | Más por menos         |
|            | Lo mismo |             |                  | Lo mismo por menos    |
|            | Menos    |             |                  | Menos por mucho menos |

**Fuente:** Elaboración propia en base a “Fundamentos del marketing Kotler

Según (Kotler, 2003), la estrategia de posicionamiento de “más por más” permite atacar una estrategia de “más por lo mismo” ofreciendo un producto de calidad a precio mayor que los competidores en el mercado de fertilizantes. Esto le ayudará a ganar reconocimiento en la industria agrícola y

le dará una mayor ventaja con su oferta "atractiva" de calidad, novedad y precio.

Cabe señalar que esta estrategia de posicionamiento será importante al inicio de la operación. Debido a que las ventas irán a los agricultores que buscan diferentes marcas de fertilizantes, intentarán hacer el mejor trato. La empresa fertilizante mix S.A.C. Anuncia y promociona los productos en el sitio web y a través de las redes sociales de la empresa. Es necesario definir e implementar una estrategia de posicionamiento con el fin de establecer una posición en un mercado donde se puede ganar una gran presencia debido a que, actualmente, existe una oferta y demanda dinámica disponible para satisfacer esta demanda. A continuación, se definen las variables para la colocación de productos.

Estrategia basada en las características del producto La empresa se dedicará a la comercialización de abono, este producto a diferencia de los demás productos tiene el punto azul esta tiene el siguiente micro elementos (Zinc, calcio, potasio soluble, cobre, boro), este producto será mezclado con el abono: Nitrato, Potasio, Cloruro y punto azul.

Estrategia basada en los beneficios este valor agregado (punto azul) diferencia a los demás productos de la competencia porque tiene un valor alto nutrientes para las plantas en la agricultura, además, reduce los costos de producción, ya que el producto presenta mayor rendimiento por hectárea con lo cual hay mayor productividad.

Los fertilizantes actualmente se venden principalmente como mezclas sin el azul, pero la empresa de fertilizantes Mix S.A.C tiene una estrategia basada en la novedad del producto. Distingue el producto de los fabricados a granel que no tienen las ventajas que satisfacen las necesidades de los agricultores al incluir fertilizante en la mezcla.

### **3.8 Descripción de la política comercial**

- **En base a costos:**

El precio se manejará según el costo de adquisición de los productos.

- **En base a la competencia:**

El precio se nivelará según la competencia.

- **En base al producto:**

Un producto novedoso con el beneficio adicional de " punto azul", el producto se encuentra, actualmente, en la fase de introducción.

- **En base a distribución:**

El canal de venta que utilizará la venta será directo porque la venta será al cliente final.

### **3.9 Cuadro de la demanda proyectada para el negocio**

Se observa crecimiento de 3, 4, 5, y 6% anual en la demanda de fertilizantes para los próximos 5 años, esto se debe a que el producto es nuevo y Premium.

**Tabla 29.** Demanda proyectada de abono Fertilizante de la empresa Fertilizantes Mix S.A.C

| <b>Años</b>                | <b>2020</b> | <b>2021</b> | <b>2022</b> | <b>2023</b> | <b>2024</b> |
|----------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Fertilizantes              | 450         | 464         | 482         | 506         | 537         |
| Sacos de 50 kg             | 9000        | 9270        | 9641        | 10123       | 10730       |
| <b>Tasa de crecimiento</b> |             | 3.00%       | 4.00%       | 5.00%       | 6.00%       |

**Fuente:** Elaboración Propia

## **4. ESTUDIO TÉCNICO**

### **4.1 Tamaño del negocio, factores determinantes**

Se ha determinado a través del ministerio de agricultura el número de agricultores, lo cual representa 2,249,679 de agricultores luego se ha segmentado los números de agricultores que se dedican a la agropecuaria que son 1,629,272 de agricultores esto que representa a 75% de la población total de productores del Perú, la población de agricultores en Huánuco son de 3000 mil y esto representa un 0.75% del número de agricultores, la cual esto será nuestro mercado disponible siendo, según las encuestas la demanda anual por cada agricultor son de 10 toneladas de abono, por ser una empresa nueva que no tiene capital, baja inversión en marketing y capacidad crediticia baja, la empresa tomara un porcentaje bajo del mercado.







### **4.2 Proceso y Tecnología**

#### **4.2.1 Descripción y Diagrama de los Procesos**

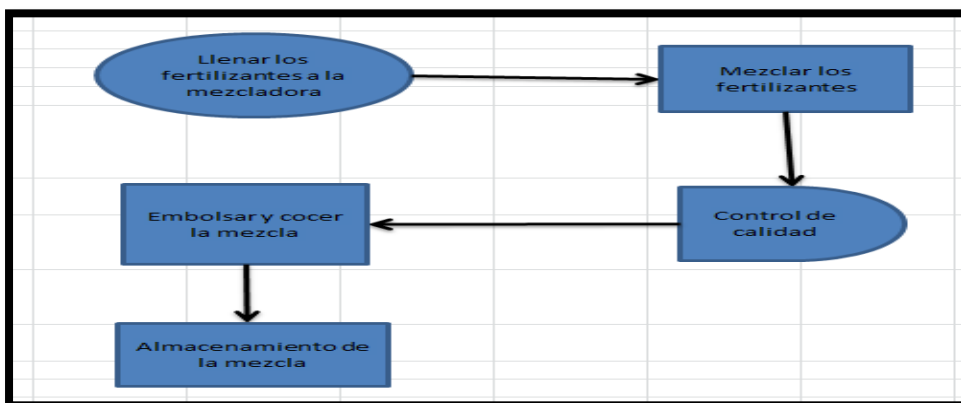
La empresa Fertilizantes MIX S.A.C tiene un proceso de compras, ventas y proceso de mezcla del abono, estos procesos ayudan a identificar las operaciones que sean correctas en cada actividad. A continuación, se muestra el diagrama de flujo:



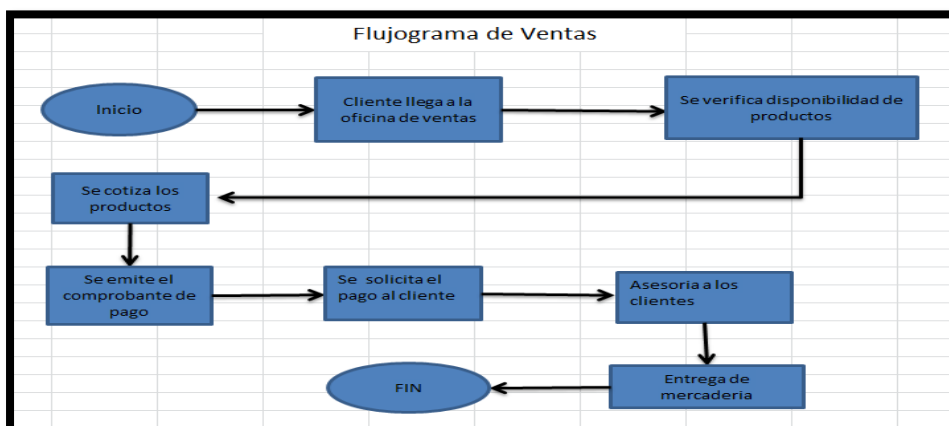
**Figura 25.** Leyenda

| Significado   |                       |
|---|-----------------------|
|  | Proceso de operación  |
|  | Proceso de transporte |
|  | Proceso de espera     |
|  | Proceso de inspección |
|  | Almacenamiento        |
|  | Toma de decisiones    |

**Figura 26.** Flujograma de Proceso productivo

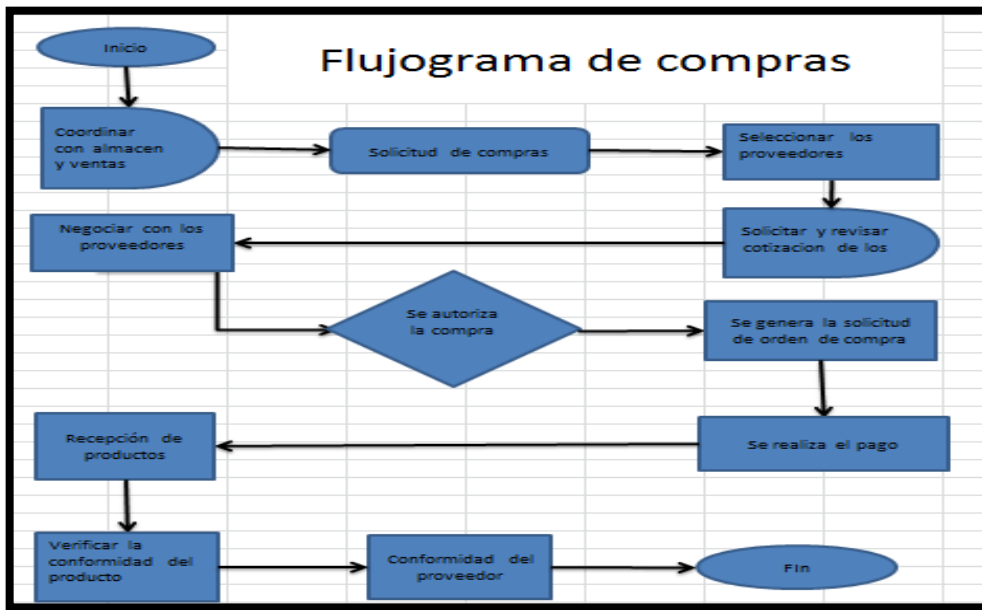


**Figura 27.** Flujo grama de proceso de ventas



Elaboración: Propia

**Figura 28.** Flujograma de Compras

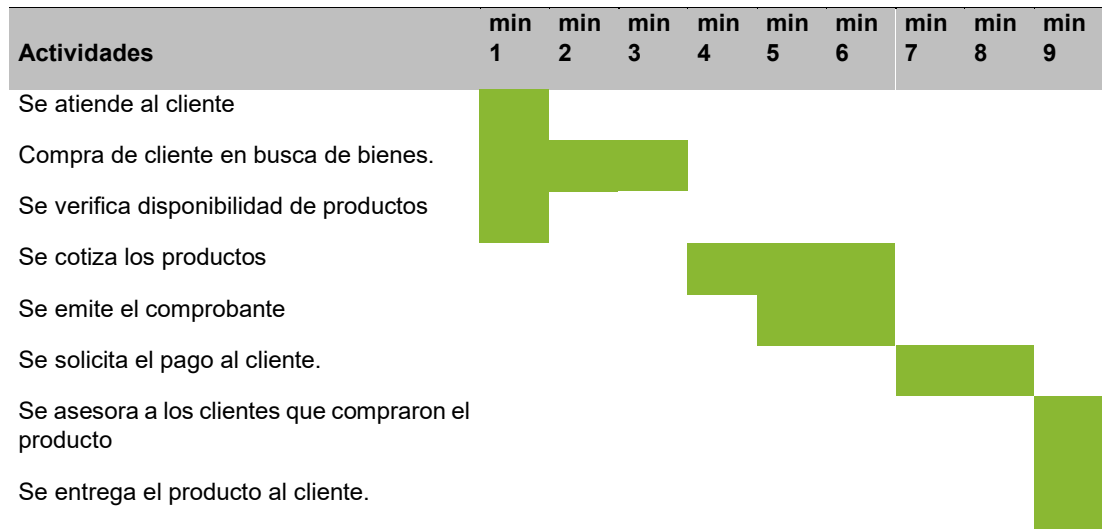


**Tabla 30.** Diagrama de Gantt del proceso de compra

| Actividades                                   | Día 1 | Día 2 | Día 3 | Día 4 | Día 5 |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|
| Coordinar con almacén y ventas                | ■     |       |       |       |       |
| Solicitud de compras                          | ■     |       |       |       |       |
| Elección de empresas proveedoras              |       | ■     |       |       |       |
| Solicitar cotizaciones a empresas proveedoras |       |       | ■     |       |       |
| Evaluación de las cotizaciones                | ■     | ■     |       |       |       |
| Negociación con proveedores.                  |       |       | ■     |       |       |
| Se autoriza la compra al Gerente General      |       |       | ■     |       |       |
| Se genera la solicitud de compra al proveedor |       |       |       | ■     |       |
| Se realiza el pago.                           |       |       |       | ■     |       |
| Recepción de productos.                       |       |       |       |       | ■     |
| Conformidad del proveedor.                    |       |       |       |       | ■     |

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 31.** Diagrama de Gantt del proceso de venta



**Fuente:** Elaboración propia

#### 4.2.2 Capacidad instalada y operativa

La empresa Fertilizantes Mix S.A.C contará con abastecimiento de fertilizantes para el uso agrícola, el abastecimiento será según la temporada de siembra

**Tabla 32.** Capacidad de abastecimiento del proveedor

| Descripción        | Capacidad proveedor TN | anual | del | Cantidad requerida de la empresa TN |
|--------------------|------------------------|-------|-----|-------------------------------------|
| Cloruro de potasio | 10000                  |       |     | 157.5                               |
| Fosfato de amonio  | 15000                  |       |     | 108                                 |
| Nitrato de amonio  | 20000                  |       |     | 72                                  |
| Punto azul         | 15000                  |       |     | 90                                  |

**Fuente:** Elaboración propia

#### 4.2.3 Cuadro de requerimiento de bienes de capital, personal e insumo

**Tabla 33.** Cuadro de requerimiento de bienes de capital

| Descripción                           | Cantidad | Costo unitario | Costo         |
|---------------------------------------|----------|----------------|---------------|
| <b>Muebles y enseres</b>              |          |                |               |
| Escritorios                           | 4        | 300.00         | 1,200         |
| Sillas giratorias                     | 4        | 95.00          | 380           |
| Muebles de espera                     | 1        | 600.00         | 600           |
| Estante de madera                     | 2        | 280.00         | 560           |
| Mesas de reuniones                    | 1        | 500.00         | 500           |
| <b>Equipos</b>                        |          |                |               |
| Computadoras                          | 4        | 1200.00        | 4,800         |
| Ventiladores                          | 2        | 80.00          | 160           |
| Impresora Multifuncional              | 1        | 500.00         | 500           |
| Mezcladora                            | 1        | 30000.00       | 30,000        |
| cocedora                              | 1        | 1100.00        | 1,100         |
| <b>Costo de equipos y maquinarias</b> |          |                | <b>39,800</b> |

**Fuente:** Elaboración Propia

**Tabla 34.** Cuadro de requerimiento de personal

| Descripción          | N° de empleados | Pago mensual | Pago anual | CTS 1 Sueldo | Gratificación 2 sueldos | Vacaciones | Sub total | ESSALUD 9% | Total anual   |
|----------------------|-----------------|--------------|------------|--------------|-------------------------|------------|-----------|------------|---------------|
| Gerente General      | 1               | 2,000        | 23,000     | 1,000        | 2,000                   | 1,000      | 27,000    | 2,430      | 29,430        |
| Asistente de ventas  | 1               | 1,000        | 11,500     | 500          | 1,000                   | 500        | 13,500    | 1,215      | 14,715        |
| Asistente de compras | 1               | 1,000        | 11,500     | 500          | 1,000                   | 500        | 13,500    | 1,215      | 14,715        |
| Ing., agrónomo       | 1               | 1,500        | 17,250     | 750          | 1,500                   | 750        | 20,250    | 1,823      | 22,073        |
| Auxiliar de almacén  | 1               | 930          | 10,695     | 465          | 930                     | 465        | 12,555    | 1,130      | 13,685        |
| <b>TOTAL</b>         | <b>5</b>        | <b>6,430</b> |            | <b>0</b>     | <b>6,430</b>            |            |           |            | <b>94,617</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 35.** Cuadro de requerimiento de insumos

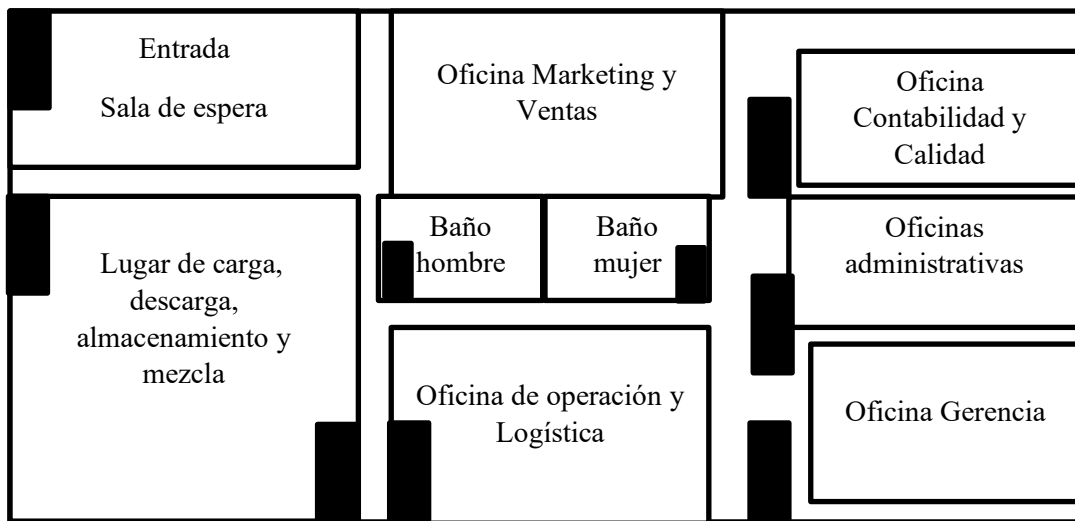
| Descripción        | Capacidad anual del proveedor TN. | Cantidad requerida de la empresa TN. |
|--------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|
| Cloruro de potasio | 10000                             | 157.5                                |
| Fosfato de amonio  | 15000                             | 108                                  |
| Nitrato de amonio  | 20000                             | 72                                   |
| Punto azul         | 15000                             | 90                                   |

**Fuente:** Elaboración propia

#### 4.2.4 Infraestructura y Características Físicas

El local contará con 9 habitaciones, como se muestra en el siguiente diagrama, donde se ubicarán las oficinas de cada división de Fertilizantes Mix S.A.C siendo fácil de encontrar. Dado que eventualmente asistirá tanto el contador como el especialista en calidad, se debe tener en cuenta que el espacio creado para contabilidad y calidad también servirá como sala de reuniones.

**Figura 29.** Distribución física de las oficinas Fertilizantes Mix



**Fuente:** Elaboración propia

### **4.3 Localización del negocio, factores determinantes**

#### **4.3.1 Micro Localización**

Según (Ritzman L, Krajewski J, Lee J, 2000) define que la localización geográfica de la empresa es un punto importante dentro del proyecto pues ayudará al buen desarrollo y crecimiento de la misma; una mala decisión en este punto podría significar una pérdida de inversión que se vincularía directamente con el proyecto y por un buen tiempo. La elección de un buen lugar va a determinar el nivel de clientes que se pueden captar para poder mostrarles el producto, esto, a su vez, se transformará en un buen nivel de ventas.

El análisis para seleccionar la ubicación se realizó mediante un método de valoración cuantitativa. Este método considera una serie de variables que deben sustentar las actividades, cada una de las cuales es evaluada. La siguiente tabla muestra los distritos que potencialmente podrían albergar a la empresa como una primera consideración.

**Tabla 36.** Posibles distritos de ubicación del negocio

| Opciones | Distritos/Provincias |
|----------|----------------------|
| A        | Amarilis             |
| B        | Huánuco              |
| C        | Pillcomarca          |
| D        | Churubamba           |

**Fuente:** Elaboración Propia

Los distritos de Amarilis, Huánuco, Pillcomarca y Churubamba se encuentran entre los cuatro que hemos identificado como ubicaciones potenciales para el negocio, como se muestra en la Tabla 36. En términos de seguridad, cercanía al cliente, accesibilidad al servicio, costos de alquiler y facilidad de transporte, se seleccionó el distrito que cumplía con la mayoría de estos criterios.

**Tabla 37.** Análisis de factores ponderados para la localización del negocio

| Factores                | Peso relativo | Calificación |             |             |             |
|-------------------------|---------------|--------------|-------------|-------------|-------------|
|                         |               | A            | B           | C           | D           |
| Seguridad               | 15%           | 5            | 4           | 3           | 2           |
| Cercanía con clientes   | 20%           | 4            | 5           | 3           | 2           |
| Suministros             | 20%           | 5            | 4           | 3           | 2           |
| arrendamiento           | 25%           | 5            | 2           | 4           | 3           |
| Facilidad de transporte | 20%           | 5            | 4           | 4           | 3           |
| <b>Total</b>            | <b>100%</b>   | <b>3.80</b>  | <b>2.90</b> | <b>2.65</b> | <b>1.85</b> |

Calificación: Rango de 1 (muy malo) – 5 (muy bueno)

**Fuente:** Elaboración propia

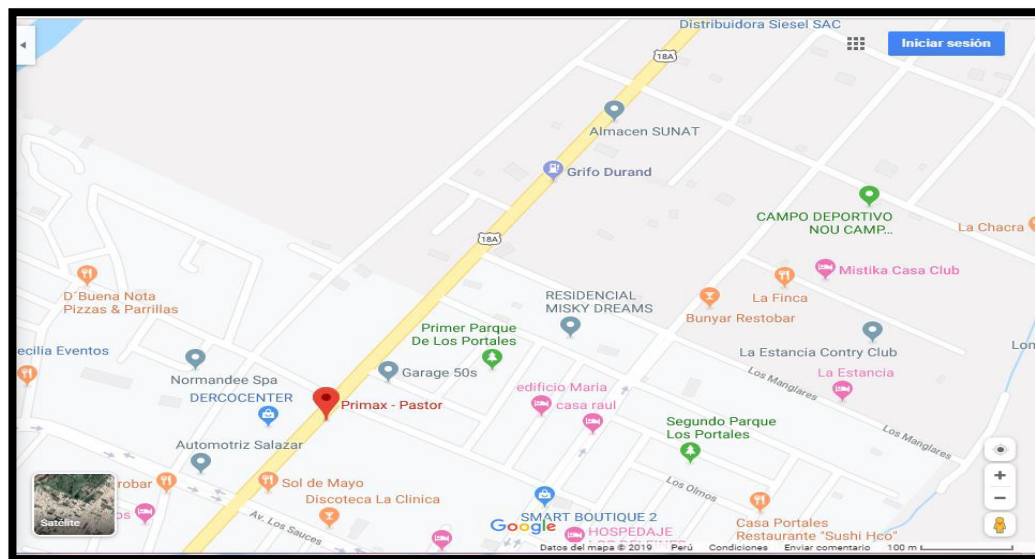
La tabla muestra que a cada uno de los factores se le dio una ponderación relativa antes de que cada uno de los distritos potenciales

recibiera una calificación, teniendo como resultados lo que se muestran a continuación:

- El Distrito Amarilis obtuvo un total de 3.80 de puntaje.
- El Distrito de Huánuco recibió una calificación de 2.90 de puntaje.
- El distrito de Pillcomarca recibió una calificación de 2.65 de puntaje.
- El distrito de Churubamba obtuvo 1.85 de puntaje.

El distrito de Amarilis en el departamento de Huánuco albergará la oficina y el almacén que recibirá la mercadería debido a que obtuvo el puntaje más alto en el método de factores ponderados.

**Figura 30.** Ubicación de la empresa “Ferlizantes Mix S.A.C.”



**Fuente:** Google Maps

Los siguientes son detalles con respecto a la dirección de ubicación del local: En la Figura 14 se muestra la ubicación de la empresa, la cual estará en la Carretera Central Huánuco Urb. Tingo Mara. La dirección Fundo Zevallos N° 2 Amarilis fue elegida por su accesibilidad, tamaño y costo de alquiler.



## 5. ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

### 5.1 Inversión Fija

#### 5.1.1 Inversión Tangible

**Tabla 38.** Inversión Tangible

| Descripción                    | Cantidad | Costo unitario | Costo  |
|--------------------------------|----------|----------------|--------|
| Muebles de oficina             |          |                |        |
| Escritorios                    | 4        | 300.00         | 1,200  |
| Sillas                         | 4        | 95.00          | 380    |
| Muebles                        | 1        | 600.00         | 600    |
| Estantes                       | 2        | 280.00         | 560    |
| Mesas                          | 1        | 500.00         | 500    |
| Equipos                        |          |                |        |
| Laptop                         | 4        | 1200.00        | 4,800  |
| Ventiladores                   | 2        | 80.00          | 160    |
| Impresora                      | 1        | 500.00         | 500    |
| Mezcladora                     | 1        | 30000.00       | 30,000 |
| cocedora                       | 1        | 1100.00        | 1,100  |
| Costo de equipos y maquinarias |          |                | 39,800 |

**Fuente:** Elaboración propia

La Tabla 38 muestra claramente todas las inversiones materiales que requerirá la empresa para llevar a cabo sus operaciones. Esta inversión tangible se compone de dos categorías: Inversión en equipo e inversión en mobiliario y enseres, que incluye computadoras, ventilador, impresora multifuncional, teléfonos y celular. Entre los muebles y enseres se encuentran sillas, góndolas y vitrinas de melamina.

## 5.1.2 Inversión Intangible

**Tabla 39.** Inversión Intangible

|  |                |
|--|----------------|
| Diseño de página web                       | 1000.00        |
| Marca                                      | 583.80         |
| Constitución de empresa                    | 910.36         |
| Licencia de funcionamiento y defensa civil | 278.10         |
| Valor del plan                             | 6000.00        |
| <b>Inversión intangible</b>                | <b>8772.26</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

La inversión intangible, que incluye el diseño del sitio web, la marca, la constitución de la empresa, la licencia de funcionamiento, el valor del plan y la garantía del local, se puede ver como todo lo inmaterial en la tabla 38.

## 5.2. Capital de Trabajo

**Tabla 40.** Capital de trabajo

| Concepto                                     | Capital de trabajo |                  |                  |
|--|--------------------|------------------|------------------|
|  | Costo unitario     | Costo mensual    | Costo Bimestral  |
| Total capital de trabajo                     |                    | 53,379           | 93,615           |
| Capital de trabajo                           |                    | 48,379           | 88,615           |
| Caja   |                    | 5,000            | 5,000            |
| <b>Costo De Fertilizante Super Compuesto</b> |                    | <b>30,813.75</b> | <b>61,627.50</b> |
| Cloruro de potasio                           | 0.99               | 12,994           | 25,988           |
| Fosfato de amonio                            | 1.32               | 11,880           | 23,760           |
| Nitrato de amonio                            | 0.99               | 5,940            | 11,880           |
| Punto azul                                   | 2.20               | 16,500           | 33,000           |
| <b>Gasto de personal</b>                     |                    | <b>6,430.00</b>  | <b>12,860.00</b> |
| Gerente General                              | 2,000              | 2,000            | 4,000            |
| Asistente de ventas                          | 1,000              | 1,000            | 2,000            |
| Asistente de compras                         | 1,000              | 1,000            | 2,000            |
| Ing., agrónomo                               | 1,500              | 1,500            | 3,000            |
| Auxiliar de almacén                          | 930                | 930              | 1,860            |
| <b>Materiales indirectos</b>                 |                    | <b>66.50</b>     | <b>108.99</b>    |
| Recogedor                                    | 5.00               | 5.00             | 5.00             |
| Escoba                                       | 10.00              | 10.00            | 10.00            |

|  |          |                 |                 |
|--|----------|-----------------|-----------------|
| Jabón líquido                                      | 16.50    | 16.50           | 32.99           |
| paños (paquetes de 25 unidades)                    | 9.00     | 9.00            | 9.00            |
| ELITE jumbo papel Toalla Natural<br>Básica x 200 m | 13.00    | 26.00           | 52.00           |
| <b>Gastos indirectos</b>                           |          | <b>1,500.00</b> | <b>3,000.00</b> |
| Pago de alquiler de local                          | 1,200    | 1200.00         | 2,400           |
| Servicios (luz, agua, teléfono e<br>internet)      | 300      | 300.00          | 600             |
| <b>Gastos administrativos</b>                      |          | <b>369.00</b>   | <b>619.00</b>   |
| Hojas bond millar                                  | 10.00    | 10.00           | 10              |
| archivadores                                       | 5.50     | 27.50           | 28              |
| Lapiceros cajas                                    | 10.00    | 10.00           | 10              |
| Lápices cajas                                      | 9.00     | 9.00            | 9               |
| Perforador   | 5.50     | 27.50           | 28              |
| Engrampador  | 7.00     | 35.00           | 35              |
| Contador   | 250.00   | 250.00          | 500             |
| <b>Gastos de ventas</b>                            |          | <b>8,000.00</b> | <b>8,000</b>    |
| Página web   | 600      | 600             |                 |
| Merchandising (folletos, tarjetas,<br>regalitos)   | 500      | 500             |                 |
| Facebook   | 1000     | 1000            |                 |
| comisionista                                       | 5900     | 5900            |                 |
| <b>Exigible</b>                                    |          | <b>1,200.00</b> | <b>2,400</b>    |
| Garantía de local                                  | 1,200.00 | 1,200.00        | 2400            |

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla 39 se aprecia que el costo de obra mensual es de S/ 533,79.00. Esto debido a que se realizó el cálculo correspondiente para determinar dicho costo, el cual es la suma de encontrar el costo de compra, mano de obra indirecta, materiales indirectos, gastos fijos, gastos administrativos y gastos de venta; sumando la caja chica que tendrá la empresa mensualmente, la cual asciende a S/ 5,000.00. Asimismo, el capital de trabajo ha sido calculado bimensualmente en S/ 93,615.00. Cabe señalar que nuestros gastos de venta suman S/8,000. Esto se debe a que la empresa recién inicia sus operaciones y ha decidido realizar importantes inversiones en marketing para cumplir con sus objetivos.

### 5.3 Inversión Total

**Tabla 41.** Inversión Total

| Datos de inversión                         | Inversión         |
|--|-------------------|
| Diseño de página web                       | 1000.00           |
| Marca                                      | 583.80            |
| Constitución de empresa                    | 910.36            |
| Licencia de funcionamiento y defensa civil | 278.10            |
| Valor del plan                             | 6000.00           |
| Inversión intangible                       | 8772.26           |
| Equipos y maquinaria                       | 36560.00          |
| Muebles y enseres                          | 3240.00           |
| <b>Inversión Tangible</b>                  | <b>39800.00</b>   |
| <b>Capital de trabajo</b>                  | <b>93615.49</b>   |
|  |                   |
| Inversión Total                            |                   |
| Inversión tangible                         | 39,800.00         |
| Inversión intangible                       | 8,772.26          |
| Capital de trabajo                         | 93,615.49         |
| <b>Total</b>                               | <b>142,187.75</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

### 5.4 Estructura de la inversión y financiamiento

**Tabla 42.** Estructura de la inversión y financiamiento

| Información de Financiamiento |                |
|-------------------------------|----------------|
| % Aporte propio               | 49%            |
| % Financiado                  | 51%            |
| Préstamo a mediano plazo      | 72,516         |
| Aporte propio                 | 69,672         |
| <b>Total</b>                  | <b>142,188</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

La estructura de financiamiento se muestra en el Cuadro N° 42, donde se especifica qué parte del proyecto será financiada por entidades financieras y cuánto será financiado por aporte propio. Cabe señalar que esta estructura está compuesta por un 49 por ciento de aporte de capital propio, el cual se

requiere para poder vender el producto, y un 51 por ciento de financiamiento brindado por Crediscotia. El capital propio es de 69.672 soles y el aporte financiado es de 72.516 soles.

## 5.5 Fuentes Financieras

La inversión total de este proyecto es de S/ 142,188.00 y la empresa ha optado por financiar el 49% con Crediscotia con el fin de aumentar la rentabilidad de su propio capital, aprovechar el escudo fiscal y obtener apalancamiento financiero porque para para obtener el préstamo de crediscotia se tendría que pagar intereses como costo de financiamiento, lo que bajaría el impuesto a la renta. Como cabe señalar, a menos que exista una garantía financiera que respalde el préstamo, ningún banco estaría dispuesto a financiar la totalidad del préstamo que requiere una microempresa que acaba de iniciar sus operaciones. Para poder vender los distintos servicios, la empresa decidió que era necesario aportar el 49 por ciento de su capital. Asimismo, la empresa ha adquirido el crédito de Crediscotia, aceptándolo con garantía por iniciar sus operaciones.

**Tabla 43.** Tasas de intereses anuales de capital de trabajo para micro empresas

| Tasa Anual (%)                                  | BCP   | Caja Huancayo | Crediscotia |
|---|-------|---------------|-------------|
| <b>Préstamos a cuota fija a más de 360 días</b> | 33.67 | 31.29         | 26.73       |

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla 43 se puede observar que las tasas de interés proporcionadas por las distintas cajas de ahorro seleccionadas para tomar la decisión de financiamiento muestran que el BCP ofrece la tasa efectiva anual del 33,67 por ciento. Sin embargo, no estuvimos de acuerdo porque era una

tasa alta y como no es conveniente que acceda una empresa que recién inicia sus actividades, evaluamos a Caja Huancayo, que tiene una tasa efectiva anual de 31.29 por ciento. La tercera evaluación es Crediscotia, que ofrece la tasa efectiva anual de 33.67 por ciento.

## 5.6 Condiciones de Crédito

**Tabla 44.** Condiciones de crédito

|   |               |
|---|---------------|
| Préstamo                                | <b>72,516</b> |
| Tiempo (mensual)                        | 36            |
| Tasa interés mensual                    | 1.99%         |
| Periodo de gracia con pago de intereses | 0             |
| Valor de la Cuota                       | 2,842         |

**Fuente:** Elaboración propia

Las características del préstamo se muestran en el cuadro N° 44, donde se puede ver que se realizará un préstamo de S/ 72,516.00 soles crediscotia. Este préstamo se pagará en tres años a una tasa de interés mensual del 1.99 por ciento. Cabe señalar que los pagos de intereses no tienen período de gracia, y la cuota tiene un valor de S/ 2842.00 soles.

**Tabla 45.** Cronograma de Pagos

| Meses | Saldo deudor  | Interés  | Amortización | Renta | Ahorro tributario    | Servicio de deuda |
|-------|---------------|----------|--------------|-------|----------------------|-------------------|
| 0     | <b>72,516</b> |          |              |       | <b>Escudo Fiscal</b> |                   |
| 1     | 71,119        | 1,445.74 | 1,396.38     | 2,842 | 144.57               | 2,697.54          |
| 2     | 69,695        | 1,417.90 | 1,424.22     | 2,842 | 141.79               | 2,700.33          |
| 3     | 68,243        | 1,389.50 | 1,452.61     | 2,842 | 138.95               | 2,703.17          |
| 4     | 66,761        | 1,360.54 | 1,481.57     | 2,842 | 136.05               | 2,706.06          |
| 5     | 65,250        | 1,331.00 | 1,511.11     | 2,842 | 133.10               | 2,709.02          |
| 6     | 63,709        | 1,300.88 | 1,541.24     | 2,842 | 130.09               | 2,712.03          |
| 7     | 62,137        | 1,270.15 | 1,571.97     | 2,842 | 127.01               | 2,715.10          |
| 8     | 60,533        | 1,238.81 | 1,603.31     | 2,842 | 123.88               | 2,718.23          |
| 9     | 58,898        | 1,206.84 | 1,635.27     | 2,842 | 120.68               | 2,721.43          |
| 10    | 57,230        | 1,174.24 | 1,667.87     | 2,842 | 117.42               | 2,724.69          |
| 11    | 55,529        | 1,140.99 | 1,701.13     | 2,842 | 114.10               | 2,728.02          |

|    |        |          |          |       |        |          |
|----|--------|----------|----------|-------|--------|----------|
| 12 | 53,794 | 1,107.08 | 1,735.04 | 2,842 | 110.71 | 2,731.41 |
| 13 | 52,024 | 1,072.48 | 1,769.63 | 2,842 | 107.25 | 2,734.87 |
| 14 | 50,219 | 1,037.20 | 1,804.91 | 2,842 | 103.72 | 2,738.40 |
| 15 | 48,379 | 1,001.22 | 1,840.90 | 2,842 | 100.12 | 2,741.99 |
| 16 | 46,501 | 964.52   | 1,877.60 | 2,842 | 96.45  | 2,745.66 |
| 17 | 44,586 | 927.08   | 1,915.03 | 2,842 | 92.71  | 2,749.41 |
| 18 | 42,633 | 888.90   | 1,953.21 | 2,842 | 88.89  | 2,753.23 |
| 19 | 40,641 | 849.96   | 1,992.15 | 2,842 | 85.00  | 2,757.12 |
| 20 | 38,609 | 810.25   | 2,031.87 | 2,842 | 81.02  | 2,761.09 |
| 21 | 36,536 | 769.74   | 2,072.38 | 2,842 | 76.97  | 2,765.14 |
| 22 | 34,423 | 728.42   | 2,113.70 | 2,842 | 72.84  | 2,769.27 |
| 23 | 32,267 | 686.28   | 2,155.84 | 2,842 | 68.63  | 2,773.49 |
| 24 | 30,068 | 643.30   | 2,198.82 | 2,842 | 64.33  | 2,777.79 |
| 25 | 27,825 | 599.46   | 2,242.65 | 2,842 | 59.95  | 2,782.17 |
| 26 | 25,538 | 554.75   | 2,287.37 | 2,842 | 55.48  | 2,786.64 |
| 27 | 23,205 | 509.15   | 2,332.97 | 2,842 | 50.91  | 2,791.20 |
| 28 | 20,826 | 462.64   | 2,379.48 | 2,842 | 46.26  | 2,795.85 |
| 29 | 18,399 | 415.20   | 2,426.92 | 2,842 | 41.52  | 2,800.60 |
| 30 | 15,923 | 366.81   | 2,475.31 | 2,842 | 36.68  | 2,805.43 |
| 31 | 13,399 | 317.46   | 2,524.66 | 2,842 | 31.75  | 2,810.37 |
| 32 | 10,824 | 267.13   | 2,574.99 | 2,842 | 26.71  | 2,815.40 |
| 33 | 8,197  | 215.79   | 2,626.33 | 2,842 | 21.58  | 2,820.54 |
| 34 | 5,519  | 163.43   | 2,678.69 | 2,842 | 16.34  | 2,825.77 |
| 35 | 2,787  | 110.02   | 2,732.09 | 2,842 | 11.00  | 2,831.11 |
| 36 | 0      | 55.56    | 2,786.56 | 2,842 | 5.56   | 2,836.56 |

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla 45 se detalla el flujo de caja de la deuda de Fertilizantes Mix S.A.C, el cual está compuesto por el saldo deudor, que es el préstamo que disminuirá a medida que se pague la deuda. El total de intereses y amortizaciones constituye el ingreso que permanece constante a lo largo de todo el período de tiempo.

La empresa ve ventajoso financiar una parte de la inversión total porque será más rentable hacer la inversión con su propio dinero, o tener apalancamiento financiero, y porque hacerlo nos daría una ventaja fiscal ya que brindaría poder deducir los intereses que pagarían por un préstamo bancario de su renta imponible.

Finalmente, después de restar los ingresos para determinar el flujo de efectivo después de impuestos, los ahorros fiscales se calculan multiplicando el impuesto sobre la renta por los intereses.



## 6. ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS

### 6.1 Presupuesto de los costos

#### Costos Directos:

**Tabla 46.** Costos de Fertilizantes Mix

| Producto                   | Costo unitario | Cantidad por saco | Costo por saco de 50kg | Costo Mensual de insumos | Costo anual de insumos |
|----------------------------|----------------|-------------------|------------------------|--------------------------|------------------------|
| Cloruro de potasio         | 0.99           | 17.50             | 17.33                  | 12,993.75                | 155,925.00             |
| Fosfato de amonio          | 1.32           | 12.00             | 15.84                  | 11,880.00                | 142,560.00             |
| Nitrato de amonio          | 0.99           | 8.00              | 7.92                   | 5,940.00                 | 71,280.00              |
| Punto azul                 | 2.20           | 10.00             | 22.00                  | 16,500.00                | 198,000.00             |
| Envase                     | 2.00           | 750.00            | 2.00                   | 1,500.00                 | 18,000.00              |
| Transporte                 | 3.00           | 750.00            | 3.00                   | 2,250.00                 | 27,000.00              |
| Total Insumos en Productos |                |                   | <b>63.09</b>           | <b>47,313.75</b>         | <b>612,765.00</b>      |

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 47.** Presupuesto de materiales indirectos

| Materiales de limpieza                          | Cantidad | Precio unitario | Costo Mensual | Costo Anual   |
|---|----------|-----------------|---------------|---------------|
| Recogedor                                       | 1        | 5.00            | 5.00          | 10.00         |
| Escoba  | 1        | 10.00           | 10.00         | 20.00         |
| Jabón liquido                                   | 2        | 16.50           | 16.50         | 197.96        |
| Paños (paquetes de 25 unidades)                 | 1        | 9.00            | 9.00          | 54.00         |
| ELITE jumbo papel Toalla Natural Básica x 200 m | 2        | 13.00           | 26.00         | 156.00        |
| <b>Total</b>                                    |          |                 | <b>66.50</b>  | <b>437.96</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 48.** Presupuesto de gasto de personal

| Descripción          | N° de empleados | Pago mensual | Pago anual | CTS 1 Sueldo | Gratificación. 2 sueldos | Vacaciones | Subtotal | ES SALUD 9% | Total anual   |
|----------------------|-----------------|--------------|------------|--------------|--------------------------|------------|----------|-------------|---------------|
| Gerente General      | 1               | 2,000        | 23,000     | 1,000        | 2,000                    | 1,00       | 27,000   | 2,430       | 29,430        |
| Asistente de ventas  | 1               | 1,000        | 11,500     | 500          | 1,000                    | 500        | 13,500   | 1,215       | 14,715        |
| Asistente de compras | 1               | 1,000        | 11,500     | 500          | 1,000                    | 500        | 13,500   | 1,215       | 14,715        |
| Ing., agrónomo       | 1               | 1,500        | 17,250     | 750          | 1,500                    | 750        | 20,250   | 1,823       | 22,073        |
| Auxiliar de almacén  | 1               | 930          | 10,695     | 465          | 930                      | 465        | 12,555   | 1,130       | 13,685        |
| <b>TOTAL</b>         | <b>5</b>        | <b>6,430</b> |            | <b>0</b>     | <b>6,430</b>             |            |          |             | <b>94,617</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

Debido a que somos una pequeña empresa con un volumen de ventas anual de UIT no mayor a 150, en la tabla 47 se muestran los gastos de nómina en los que incurrirá la empresa. Esto permitirá que la empresa se beneficie de un régimen especial y reducir costos.

**Tabla 49.** Gastos Fijos

| Descripción                                | Mensual      | Anual         |
|--|--------------|---------------|
| Pago de alquiler de local 500 M 2          | 1,200.00     | 14,400.00     |
| Servicios (luz, agua, teléfono e internet) | 300.00       | 3,600.00      |
| <b>Total</b>                               | <b>1,500</b> | <b>18,000</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 50.** Presupuesto de gastos administrativos

| Materiales de oficina               | Costo unitario | Cantidad | Costo mensual | Costo anual     |
|-------------------------------------|----------------|----------|---------------|-----------------|
| Hojas bond millar                   | 10.00          | 1        | 10.00         | 60.00           |
| archivadores                        | 5.50           | 5        | 27.50         | 82.50           |
| Lapiceros cajas                     | 10.00          | 1        | 10.00         | 20.00           |
| Lápices cajas                       | 9.00           | 1        | 9.00          | 9.00            |
| Perforador                          | 5.50           | 5        | 27.50         | 27.50           |
| Engrampadora                        | 7.00           | 5        | 35.00         | 35.00           |
| Contador                            | 250.00         | 1        | 250.00        | 3,000.00        |
| <b>Total gastos administrativos</b> |                |          | <b>369.00</b> | <b>3,234.00</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 51.** Presupuesto de gasto de ventas

| <b>Descripción</b>                            | <b>Total</b>   |
|---|----------------|
| Página web                                    | 600.00         |
| Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) | 500.00         |
| Facebook                                      | 1000.00        |
| comisionista                                  | 5900.00        |
| <b>Gasto de venta total</b>                   | <b>8000.00</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

Dado que la empresa es nueva y ha iniciado operaciones recientemente, es importante que se promueva la capacidad de introducir nuestro producto al mercado lo antes posible, porque es necesario e imprescindible para poder aumentar las ventas y captar nuevos clientes.

## 6.2 Punto de Equilibrio

**Tabla 52.** Costos Fijos

|                         |                   |
|-------------------------|-------------------|
| Gastos de personal      | 94,617            |
| Materiales indirectos   | 438               |
| Gastos fijos            | 18,000            |
| Gastos administrativos  | 3,234             |
| Gasto de ventas         | 8,000             |
| <b>Costo fijo Total</b> | <b>124,289.41</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

Dentro de la tabla 52 se puede consultar todos los costos fijos de la empresa, estos costos fijos son gastos que debe cubrir la empresa opere o no, es decir, venda o no. Los costos fijos de la empresa, que ascendieron a S/124.289.41 soles en su primer año de funcionamiento, se componen de materiales indirectos, mano de obra directa (empleados de la empresa), gastos fijos, gastos de administración y gastos de venta.

**Tabla 53.** Costos Variables

|                             |                   |
|-----------------------------|-------------------|
| Costo del producto          | 612,765.00        |
| <b>Costo variable total</b> | <b>612,765.00</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla muestra los costos variables de la empresa, los cuales están compuestos por el costo total de los bienes que vendemos y generan un total de S/ 612,765.00 en el primer año.

**Tabla 54.** Estructura del precio

|  |                |
|--|----------------|
| CV Unitario                            | 68.09          |
| CF Unitario                            | 13.81          |
| <b>Costo unitario</b>                  | <b>81.89</b>   |
| Margen de ganancia                     | 10%            |
| <b>Precio de venta</b>                 | <b>90.99</b>   |
| Punto de equilibrio (En cantidad)      | 5,425          |
| <b>Punto de equilibrio (En dinero)</b> | <b>493,669</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

A continuación, se calcula el punto de equilibrio para el producto:

Donde:

Q = Cantidad en unidades

Pv = Precio de venta por unidad

Cvu = Costo variable por unidad

CFT = Costo fijo total

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

**Para cubrir los costos entonces:**

Productos en un año: 9000 sacos

Costo fijo total: S/124289.41

Precio: 90.99 por unidad

Costo variable unitario = 68.09

Desarrollando con la fórmula:

$$\frac{124289.41}{90.99 - 68.09} = 5425 \text{ sacos.}$$

En consecuencia, se deben vender 5425 bolsas anualmente como mínimo para garantizar que las ganancias sean iguales a los gastos y que no haya ganancias o pérdidas netas. La empresa ganará dinero cada vez que se venda una unidad adicional.

Punto de equilibrio en dinero:  $5425 * 90.99 = 493,669$  soles

### 6.3 Estado de Ganancias y perdidas

**Tabla 55.** Depreciación de activos tangibles (Expresado en soles)

| Concepto / Periodo                | Valor inicial | Tasa Anual | 1              | 2              | 3              | 4              | 5             |
|-----------------------------------|---------------|------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------|
| Computadoras                      | 4,800.00      | 25%        | 1200.00        | 1200.00        | 1200.00        | 1200.00        | 0.00          |
| Impresora Multifuncional          | 500.00        | 25%        | 125.00         | 125.00         | 125.00         | 125.00         | 0.00          |
| Ventiladores                      | 160.00        | 10%        | 16.00          | 16.00          | 16.00          | 16.00          | 16.00         |
| Mezcladora de fertilizante        | 30,000.00     | 10%        | 16.00          | 16.00          | 16.00          | 16.00          | 16.00         |
| Cocedora de bolsa p/ fertilizante | 1,100.00      | 10%        | 16.00          | 16.00          | 16.00          | 16.00          | 16.00         |
| Muebles y enseres                 | 3,240.00      | 10%        | 324.00         | 324.00         | 324.00         | 324.00         | 324.00        |
| <b>Total</b>                      |               |            | <b>1697.00</b> | <b>1697.00</b> | <b>1697.00</b> | <b>1697.00</b> | <b>372.00</b> |

**Fuente:** SUNAT

**Tabla 56.** Amortización de activos intangibles (Expresado en soles)

| Concepto / Periodo         | Valor inicial | Tasa Anual | 1        | 2        | 3        | 4        | 5        |
|----------------------------|---------------|------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Amortizaciones intangibles | 8772          | 20%        | 1,754.45 | 1,754.45 | 1,754.45 | 1,754.45 | 1,754.45 |
| Acumulado                  |               |            | 1,754.45 | 3,508.90 | 5,263.36 | 7,017.81 | 8,772.26 |

**Fuente:** Elaboración propia en base a la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT)

**Tabla 57.** Estado de Ganancias y pérdidas

| Periodo               | 2020           | 2021           | 2022           | 2023           | 2024           |
|-----------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Ingresos              | 818,949        | 843,518        | 877,259        | 921,121        | 976,389        |
| Costo de venta        | 612,765        | 631,148        | 656,394        | 689,214        | 730,566        |
| <b>Utilidad bruta</b> | <b>206,184</b> | <b>212,370</b> | <b>220,865</b> | <b>231,908</b> | <b>245,822</b> |
| Gastos de ventas      | 8,000          | 8,296          | 8,681          | 9,166          | 9,765          |
| Gastos fijos          | 18,000         | 18,256         | 18,517         | 18,783         | 19,055         |

|                                   |               |               |               |               |                |
|-----------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| Gastos de personal                | 94,617        | 96,510        | 98,440        | 100,409       | 102,417        |
| materiales indirectos             | 438           | 452           | 466           | 480           | 495            |
| gastos administrativos            | 3,234         | 3,331         | 3,462         | 3,631         | 3,841          |
| Depreciación                      | 1,697         | 1,697         | 1,697         | 1,697         | 372            |
| Amortización                      | 1,754         | 1,566         | 1,566         | 1,566         | 1,566          |
| <b>Utilidad operativa</b>         | <b>78,443</b> | <b>82,262</b> | <b>88,036</b> | <b>96,176</b> | <b>108,311</b> |
| Gastos Financieros                | 15,384        | 10,379        | 4,037         |               |                |
| <b>Utilidad Ante de Impuestos</b> | <b>63,060</b> | <b>71,883</b> | <b>83,998</b> | <b>96,176</b> | <b>108,311</b> |
| Impuesto a la renta               | 6,306         | 7,188         | 8,400         | 9,618         | 10,831         |
| <b>Utilidad neta</b>              | <b>56,754</b> | <b>64,694</b> | <b>75,598</b> | <b>86,558</b> | <b>97,480</b>  |

**Fuente:** Elaboración propia

El estado de resultado de Fertilizantes Mix S.A.C se presenta en la tabla 57 comenzando con los ingresos por ventas, que es el monto total de las ventas realizadas durante el tiempo en que se reduce el costo de venta en soles.

El saldo necesario para cubrir los gastos operativos, financieros y tributarios está representado por la utilidad bruta de S/206,184.00 obtenida en el primer año. A continuación, los costos operativos se restan de la utilidad bruta, incluidos los costos de venta, los costos fijos, otros costos fijos, la depreciación, la amortización y los gastos comercialización.

La utilidad de operación es de S/78,443.00 que se desarrolla en el primer año representa la utilidad obtenida por la venta de los productos; los costes financieros o fiscales no se tienen en cuenta en este importe. La empresa obtuvo entonces una utilidad neta antes de impuestos de S/63,060.00.

Para calcular el ingreso neto después de impuestos, primero se calculan los impuestos a las tasas impositivas apropiadas y se restan. la utilidad después de impuestos de la empresa de fertilizantes Mix S.A. CS/ 56754.00.

Posteriormente, se calculan los impuestos a las tasas fiscales adecuadas y se deducen para determinar la utilidad neta después de impuesto. La utilidad neta después de impuesto de fertilizantes Mix S.A.C S/ 56,754.00.

#### 6.4 Presupuesto de Ingresos

**Tabla 58.** Presupuesto de Ingresos

| Años                | 2020       | 2021       | 2022       | 2023       | 2024       |
|---------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Ventas              | 818,949.34 | 843,517.82 | 877,258.53 | 921,121.46 | 976,388.75 |
| Tasa de crecimiento | 0          | 3.00%      | 4.00%      | 5.00%      | 6.00%      |

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla 58 se observa que las ventas reflejan los cinco años proyectados de la evaluación empresarial. El monto representado por los ingresos por ventas del primer año es de S/ 818,949,300.

#### 6.5 Presupuesto de egresos

**Tabla 59.** Tasa de inflación de los últimos 5 años

| Año               | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  |
|-------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Tasa de inflación | 3.20% | 3.50% | 3.60% | 2.80% | 2.48% |

**Fuente:** BCR

Elaboración propia

Es indispensable proyectarse a la inflación de los productos porque esto determina el precio de venta final al consumidor, además, se ajusta a los materiales, transporte, etc.

**Tabla 60.** Promedio de Inflación

|           |       |
|-----------|-------|
| Inflación | 3.12% |
|-----------|-------|

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 61.** Presupuesto del costo de venta

| Años                         | 2020              | 2021              | 2022              | 2023              | 2024              |
|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Fertilizante súper compuesto | 612,765.00        | 631,147.95        | 656,393.87        | 689,213.56        | 730,566.38        |
| <b>Costo de venta</b>        | <b>612,765.00</b> | <b>631,147.95</b> | <b>656,393.87</b> | <b>689,213.56</b> | <b>730,566.38</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

La inflación, que afecta los costos, es lo que provoca el ligero aumento en el costo de venta que se muestra en la Tabla 61.

**Tabla 62.** Presupuesto de materiales indirectos

| Materiales de limpieza                | 2020          | 2021          | 2022          | 2023          | 2024          |
|---------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Útiles de limpieza                    | 437.96        | 451.6         | 465.7         | 480.2         | 495.1         |
| <b>Total de materiales indirectos</b> | <b>437.96</b> | <b>451.60</b> | <b>465.68</b> | <b>480.19</b> | <b>495.15</b> |

**Fuente:** elaboración propia

**Tabla 63.** Presupuesto de gasto de personal

| Descripción                    | 2020             | 2021             | 2022             | 2023              | 2024              |
|--------------------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|
| Gerente General                | 29,430.00        | 30,018.60        | 30,618.97        | 31,231.35         | 31,855.98         |
| Asistente de ventas            | 14,715.00        | 15,009.30        | 15,309.49        | 15,615.68         | 15,927.99         |
| Asistente de compras           | 14,715.00        | 15,009.30        | 15,309.49        | 15,615.68         | 15,927.99         |
| Ing., agrónomo                 | 22,072.50        | 22,513.95        | 22,964.23        | 23,423.51         | 23,891.98         |
| Auxiliar de almacén            | 13,684.95        | 13,958.65        | 14,237.82        | 14,522.58         | 14,813.03         |
| <b>Gasto de personal total</b> | <b>94,617.45</b> | <b>96,509.80</b> | <b>98,439.99</b> | <b>100,408.79</b> | <b>102,416.97</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

Dado que somos una micro empresa con ventas anuales de UIT no mayores a 150, en la tabla 63 se muestran los gastos de nómina en los que incurrirá la empresa. La empresa al beneficiarse del régimen especial le permitirá abaratar costes.

**Tabla 64.** Gastos fijos

| Descripción                                | 2020             | 2021             | 2022             | 2023             | 2024             |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Pago de alquiler de local                  | 14,400.00        | 14,544.00        | 14,689.44        | 14,836.33        | 14,984.70        |
| Servicios (luz, agua, teléfono e internet) | 3,600.00         | 3,712.18         | 3,827.85         | 3,947.12         | 4,070.12         |
| <b>Total Gastos Indirectos</b>             | <b>18,000.00</b> | <b>18,256.18</b> | <b>18,517.29</b> | <b>18,783.46</b> | <b>19,054.81</b> |

**Fuente:** Elaboración propia



**Tabla 65.** Presupuesto de gastos administrativos

| <b>Materiales de oficina</b>           | <b>2020</b>     | <b>2021</b>     | <b>2022</b>     | <b>2023</b>     | <b>2024</b>     |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Útiles de oficina                      | 234.00          | 241.29          | 248.81          | 256.56          | 264.56          |
| asesor contable                        | 3,000.00        | 3,090.00        | 3,213.60        | 3,374.28        | 3,576.74        |
| <b>Total de gastos administrativos</b> | <b>3,234.00</b> | <b>3,331.29</b> | <b>3,462.41</b> | <b>3,630.84</b> | <b>3,841.29</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 66.** Presupuesto de gasto de ventas

| <b>Descripción</b>                            | <b>2020</b>  | <b>2021</b>  | <b>2022</b>  | <b>2023</b>  | <b>2024</b>  |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Página web                                    | 600          | 600          | 600          | 600          | 600          |
| Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) | 500          | 520          | 546          | 579          | 619          |
| Facebook                                      | 1,000        | 1,040        | 1,092        | 1,158        | 1,239        |
| comisionista                                  | 5,900        | 6,136        | 6,443        | 6,829        | 7,307        |
| <b>Total gasto de ventas</b>                  | <b>8,000</b> | <b>8,296</b> | <b>8,681</b> | <b>9,166</b> | <b>9,765</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

Dado que la empresa es nueva y ha iniciado operaciones recientemente, es importante que promueva para poder introducir el producto en el mercado, ya que es necesario e indispensable para poder aumentar las ventas y captar nuevos clientes. Esto se muestra en la tabla 65, donde se evidencia que la empresa tiene altos gastos de venta.

## 6.6 Flujo de caja proyectado

El cálculo del costo de oportunidad se describe con más detalle a continuación:

El rendimiento mínimo que un inversor anticipa en un negocio se conoce como costo de oportunidad (COK), también conocido como tasa de descuento. Dado que se prevé que los rendimientos del proyecto de inversión sean iguales o superiores a los del proyecto actual, el COK es un indicador de

dónde las empresas esperan obtener algún valor que sea ventajoso para el propietario.

En un grupo de opciones de inversión, el inversionista debe comparar todas sus opciones porque es importante medir el riesgo y el rendimiento de cada elección que hace.

**Tabla 67.** Cálculo del Beta

|                 |        |
|-----------------|--------|
| d               | 51%    |
| e               | 49%    |
| d/e             | 104%   |
| Tx              | 10.00% |
| beta            | 0.92   |
| beta apalancada | 1.69   |

**Fuente:** SUNAT, Damodaran

### Cálculo del cok por el método CAPM

$$K_{\text{proy}} = R_f + B(R_m - R_f) + RP$$

**Tabla 68.** Cálculo del COK

|         |                              |        |
|---------|------------------------------|--------|
| KPROY   | Costo de capital propio      | 14.41% |
| Rf      | Tasa libre de riesgo         | 1.91%  |
| B       | Beta del sector              | 1.69   |
| Rm - Rf | Prima por riesgo del mercado | 7.40%  |
| Rp      | Prima por riesgo país        | 0      |

**Fuente:** BCR, Damodaran

La tasa promedio ponderada de capital se determina de la siguiente manera:

CPPC:  $(\text{Deudas de terceros} / \text{total de financiamiento}) * (\text{costos de la deuda}) * (1 - \text{tasa de impuesto}) + (\text{capital propio} / \text{total de financiamiento}) (\text{costos de capital propio})$

$$CPPK = \frac{D}{D+E} k_d (1 - Tx) + \frac{E}{D+E} k_{proy}$$

**Tabla 69.** Costo promedio ponderado de Capital

|                     |        |
|---------------------|--------|
| - Capital           | 49.00% |
| - Deuda             | 51.00% |
| - Cok               | 14.41% |
| - Costo de la deuda | 26.73% |
| - Tax Perú          | 10.00% |
| - WACC              | 19.33% |

**Fuente:** Elaboración propia

### 6.6.1 Flujo de caja económico

Describe cómo se mueve el dinero entre la recepción de fuentes como los ingresos netos y otras fuentes, así como el gasto. Dependiendo de si el monto del resultado es positivo o negativo, el saldo de esta diferencia resultará en un exceso o una deficiencia en el flujo de caja.

**Tabla 70.** Flujo de Caja Económico

| Período (años)                         | 0               | 2020          | 2021          | 2022          | 2023          | 2024           |
|--|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| Ingresos Operativos                    |                 | 818,949       | 843,518       | 877,259       | 921,121       | 976,389        |
| Costo de venta                         |                 | 612,765       | 631,148       | 656,394       | 689,214       | 730,566        |
| Gastos de ventas                       |                 | 8,000         | 8,296         | 8,681         | 9,166         | 9,765          |
| Gastos fijos                           |                 | 18,000        | 18,256        | 18,517        | 18,783        | 19,055         |
| Gastos de personal                     |                 | 94,617        | 96,510        | 98,440        | 100,409       | 102,417        |
| materiales indirectos                  |                 | 438           | 452           | 466           | 480           | 495            |
| gastos administrativos                 |                 | 3,234         | 3,331         | 3,462         | 3,631         | 3,841          |
| Impuesto a la renta                    |                 | 6,306         | 7,188         | 8,400         | 9,618         | 10,831         |
| Egresos Operativos                     |                 | 743,360       | 765,181       | 794,360       | 831,300       | 876,971        |
| <b>Flujo de Caja Operativo</b>         |                 | 75,589        | 78,337        | 82,899        | 89,821        | 99,418         |
| Inversiones en Activo Fijo Tangible    | 39,800          |               |               |               |               |                |
| Inversiones en Activos Fijo intangible | 8,772           |               |               |               |               |                |
| Inversiones en Capital de Trabajo      | 93,615          |               |               |               |               | 93,615         |
| Valor residual                         |                 |               |               |               |               | 32,640         |
| <b>Total flujo de Inversiones</b>      | 142,188         | 0             | 0             | 0             | 0             | 126,255        |
| <b>Flujo de Caja Económico</b>         | <b>-142,188</b> | <b>75,589</b> | <b>78,337</b> | <b>82,899</b> | <b>89,821</b> | <b>225,673</b> |

**Fuente:** Elaboración Propia

En la tabla 70 se presenta el flujo de caja económico, el cual se calcula como los ingresos de menos los gastos que se relacionan en el estado de pérdidas y ganancias.

## 6.6.2 Flujo de caja financiero

**Tabla 71.** Flujo de caja financiero (Expresado en soles)

| Período (años)                        | 0               | 2020          | 2021          | 2022             | 2023          | 2024           |
|---------------------------------------|-----------------|---------------|---------------|------------------|---------------|----------------|
| <b>Flujo de Caja Económico</b>        | <b>-142,188</b> | 75,589        | 78,337        | 82,899           | 89,821        | 225,673        |
| <b>Flujo de deuda</b>                 |                 |               |               |                  |               |                |
| - Ingresos por préstamos              | 72,516          |               |               |                  |               |                |
| Intereses                             |                 | 15,384        | 10,379        | 4,037            |               |                |
| Amortización                          |                 | 18,722        | 23,726        | 30,068           |               |                |
| Escudo fiscal                         |                 | 1,538         | 1,038         | 404              |               |                |
| <b>Total flujo de deuda</b>           | <b>72,516</b>   | <b>32,567</b> | <b>33,067</b> | <b>33,702</b>    | -             | -              |
| <b>Total Flujo de Caja Financiero</b> | <b>-</b>        | <b>43,022</b> | <b>45,269</b> | <b>49,197.03</b> | <b>89,821</b> | <b>225,673</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

El flujo de caja financiero, que tiene en cuenta tanto la deuda del préstamo como el gasto del servicio de la deuda, se muestra en la tabla 71. Adicionalmente, se tiene en cuenta el escudo fiscal, que se describe con mayor detalle en el cronograma de pago del préstamo, dentro del gasto del servicio de la deuda.

## 6.7 Balance General

**Tabla 72.** Balance General

| Activo               |          | Pasivo              |                 |
|----------------------|----------|---------------------|-----------------|
| <b>Caja y bancos</b> | 31987.99 | Préstamos Bancarios | 72515.75        |
| Inventarios          | 61627.50 | <b>Total Pasivo</b> | <b>72515.75</b> |
| Muebles y enseres    | 3240.00  | <b>Patrimonio</b>   |                 |

---

|                            |                  |                                  |                  |
|----------------------------|------------------|----------------------------------|------------------|
| Maquinaria y equipo        | 36560.00         | Capital                          | 69672.00         |
| <b>Activos intangibles</b> | 8772.26          | <b>Total Patrimonio</b>          | <b>69672.00</b>  |
| <b>Total activo</b>        | <b>142187.75</b> | <b>Total pasivo y patrimonio</b> | <b>142187.75</b> |

---

**Fuente:** Elaboración Propia

## 7. EVALUACIÓN

### 7.1 Evaluación Económica, Parámetros de Medición

**Tabla 73.** Periodo de recuperación económica

| Periodo de recuperación | 0        | 1      | 2       | 3       | 4       | 5       |
|-------------------------|----------|--------|---------|---------|---------|---------|
| FCE                     | -142,188 | 63,343 | 55,011  | 48,784  | 44,294  | 93,259  |
| FCE Acumulado           |          | 63,343 | 118,354 | 167,138 | 211,433 | 304,692 |

**Fuente:** Elaboración propia

El tiempo de recuperación económica se muestra en la tabla 73. La inversión se recuperada en 30 meses una vez actualizados los flujos futuros al presente y contabilizados a la tasa promedio ponderada.

**Tabla 74.** Resultados Económicos

|   |                |
|---|----------------|
| Periodo de recuperación de la inversión | 30 meses       |
| VANE                                    | S/. 162,504.23 |
| TIRE                                    | 55.95%         |
| B/C (FCE)                               | 2.14           |

**Fuente:** Elaboración propia

Debido a que la caja económica cumple con los requisitos para que un proyecto sea considerado y aceptado, en la tabla 74, que muestra la evaluación económica de la empresa, demuestra que este plan de negocios es rentable. Se Cumple con los requisitos de  $VAN > 0$ ,  $TIR > COK$  y  $B/C > 1$  con un VAN de S/ 162,504.23, una relación beneficio/costo de 2.14 y un TIRE de 55.95 por ciento. En resumen, se gana 1,14 por cada sol invertido.

## 7.2 Evaluación Financiera, Parámetros de Medición

**Tabla 75.** Periodo de recuperación Financiera

| Periodo de recuperación | 0       | 1      | 2      | 3       | 4       | 5       |
|-------------------------|---------|--------|--------|---------|---------|---------|
| FCF                     | -69,672 | 37,602 | 34,581 | 32,847  | 52,415  | 115,100 |
| FCF Acumulado           |         | 37,602 | 72,183 | 105,030 | 157,445 | 272,545 |

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 76.** Resultados Financieros

|  |                |
|--|----------------|
| <b>Periodo de recuperación de la inversión</b> | 23 meses       |
| <b>VANF</b>                                    | S/. 202,873.05 |
| <b>TIRF</b>                                    | 77.10%         |
| <b>B/C (FCE)</b>                               | 3.91           |

**Fuente:** Elaboración propia

Dado que la caja financiera cumple con los requisitos para que un proyecto sea considerado y aceptado, la evaluación financiera de la empresa realizada en la tabla 76 demuestra que este plan de negocios es rentable. El VANF aportó S/202,873.05 soles, la TIRF es igual a 77.10 por ciento y la relación costo/beneficio es de 3.91, demostrando el cumplimiento de las reglas  $VAN > 0$ ,  $TIR > COK$  y  $B/C > 1$ . En resumen, el proyecto es rentable.

## 7.3 Evaluación Social

La empresa fertilizantes S.A.C genera un beneficio directo para la sociedad porque genera empleos y eleva los ingresos de quienes suministran los bienes. La empresa también beneficia al gobierno porque fomenta el dinamismo económico.

#### **7.4 Impacto Ambiental**

Dado que las operaciones de la empresa no tienen efectos adversos sobre el medio ambiente, por lo que el plan de negocios es viable desde el punto de vista ambiental.



## **CONCLUSIONES**

El plan de negocios es rentable y viable por las razones que se enumeran a continuación, según la investigación y las conclusiones.

### **De la Organización y Aspectos Legales:**

- El negocio se ha beneficiado de la estructura legal de Sociedad Anónima Cerrada, debido a que protege la confidencialidad de la transferencia de acciones y se mueve rápidamente, la opción es más adecuada para las microempresas que recién comienzan. A diferencia de una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL), tales transferencias son de conocimiento público y el procedimiento es mucho más difícil.
- La clientela, la duración y los factores que afectan la competitividad de la empresa estarán muy influenciados por la ubicación del local.
- La comprensión de las funciones y responsabilidades de cada empleado antes de un superior directo es posible gracias a la estructura jerárquica orgánica.

### **Del Estudio de Mercado:**

- Los pronósticos de demanda utilizan el crecimiento promedio del mercado como referencia de 6.77%, que resultado de la proyección lineal, que ha servido como referencia para que la empresa pueda proyectar sus ventas en los próximos años a tasas de 3%, 4%, 5% y 6%. Colocándonos en un escenario conservador.

### **Estudio Técnico:**

- Es crucial reconocer los procesos porque hacerlo permite determinar si la cadena que se está siguiendo es la correcta o si es que se puede minimizar ciertos procesos que demandan demasiado tiempo para la empresa, la cual ayudaría a ser más eficientes y eficaces teniendo el control de los procesos y cumplir con los objetivos planteados.

### **Del estudio de la Inversión:**

- Con el fin hacer más factible el préstamo con una tasa baja en comparación con otras entidades financieras y que el negocio sea rentable, la empresa ha decidido financiarse con préstamo por medio del banco Crediscotia, el cual requiere una garantía financiera.
- Al calcular el presupuesto, podemos ver que se ha presupuestado en gastos de ventas, con un monto de S/ 8,000 en el primer año. Esto es crucial para aumentar las ventas, y el marketing se utilizará para respaldar el logro de los objetivos de ventas.

### **Del estudio de costos, ingresos y egresos:**

- Calificamos para un régimen especial porque somos una microempresa con ventas anuales de UIT no mayores a 150, lo que nos permitirá reducir gastos. La externalización del departamento de contabilidad es uno de los determinantes clave de la reducción de costos.
- La utilidad antes de impuestos de la empresa es de S/ 56,754.00, según el estado de pérdidas y ganancias, que ha hecho posible esta determinación.

### **De la Evaluación económica / Financiera:**

- La fórmula se utilizó para determinar el costo promedio ponderado de capital, o "WACC", y el resultado fue 19.33 %.
- De acuerdo a la evaluación económica el negocio es rentable porque el TIRE es 55.95 por ciento, el VANE es S/ 162,504.23 y el B/C es 2.14.
- El proyecto es viable porque cumple con los 3 requisitos  $VAN > 0$ ;  $TIR > COCK$ ;  $BC > 1$

### **Evaluación social / ambiental**

- En términos de evaluación social, la empresa estará mejorando la calidad de vida de las personas mediante la creación de empleos dignos, pagando un salario justo.
- Al realizar una evaluación ambiental, la empresa considerará criterios de desarrollo sostenible y se asegurará de que los desechos se eliminen de manera adecuada para evitar cualquier daño.
- La cantidad de acidez que el fertilizante aplica al suelo se determinará mediante una prueba de estudio de suelo.
- Habrá capacitaciones sobre el reciclaje de envases de insecticidas utilizados en las plantas.

## RECOMENDACIONES

- Al iniciar un negocio, se recomienda elegir cuidadosamente la estructura legal, la estructura fiscal y la estructura laboral. Esto se debe a que podrán ahorrar dinero porque estarán al tanto de las diversas ventajas que ofrece el marco legal.
- Cumplir con todas las políticas, valores y cultura organizacional establecidos para garantizar un lugar de trabajo ideal y una operación comercial ideal.
- El sitio web, Google AdWords, el merchandising y Facebook empresarial son ejemplos de gastos en los que se debe invertir para incrementar las ventas. También que se recomienda aumentar el presupuesto de marketing para impulsar las ventas y hacer que el negocio sea rentable.
- Se aconseja que, si pensamos financiarnos a través de un banco y estamos comenzando como una empresa sin historial crediticio, busquemos una garantía que pueda asumir dicha responsabilidad.
- Se deben realizar mediciones económicas y financieras como TIRE, VANE y B/C para determinar si el proyecto es rentable o no.
- Se recomienda que tenga la mayor parte de las acciones de la empresa si planea operar un negocio con múltiples socios para evitar necesitar el consentimiento de la junta de accionistas.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 50 minutos.es - Economía y empresa. (2018). *La Cadena de Valor de Michael Porter*. Obtenido de <https://www.50minutos.es/libro/la-cadena-de-valor-de-michael-porter/>
- Atahuaman Sumarán, Clotilde. (2013). *La Ley N° 30056 y sus modificaciones laborales al regimen especial de la micro y pequeña empresa*. Obtenido de [https://mep.pe/intranetvirtual/Constitucion-y-Fomalizacion/tramites\\_laborales/MEP\\_Formalizacion\\_TramitesLaborales\\_ReporteEstudio-LeyMYPEyLey30056.pdf](https://mep.pe/intranetvirtual/Constitucion-y-Fomalizacion/tramites_laborales/MEP_Formalizacion_TramitesLaborales_ReporteEstudio-LeyMYPEyLey30056.pdf)
- Gutiérrez Fierro, Melissa. (2013). *La Cultura Organizacional*. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/10669/GutierrezFierroMelissa2013.pdf;jsessionid=379D1098F86F0E403CE8345C2A28B07F?sequence=1>
- Aguirre, T. (14 de Setiembre de 2015). *Necesito tener una pagina para mi empresa en facebook*. Obtenido de <https://neuronadigital.es/paginas-empresa-facebook/>
- Americo Usal. (2012). *Principio y valores*. Obtenido de <http://americo.usal.es/oir/opal/Documentos/Venezuela/AD/PrincipiosAD.pdf>
- Antevenio. (01 de Enero de 2016). *Publicidad en Twitter: Tipos de anuncios y como hacerlos*. Obtenido de <https://www.antevenio.com/blog/2016/04/publicidad-en-twitter-tipos-de-anuncios-y-como-hacerlos/>
- Bleda A, Aguillo I. (2016). *La web social como nuevo medio de comunicación y evaluación científica*. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=QqinDAAAQBAJ&pg=PT38&dq=facebook+google+academico&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjCwO-G7rLIAhXAGbkGHQvkDzEQ6AEIKzAA#v=onepage&q=facebook%20google%20academico&f=false>
- Bucle Marketing Online. (2012). *Beneficios de Google AdWords para tu empresa*. Obtenido de <https://www.bucleweb.com/beneficios-de-google-adwords-para-tu-empresa/>
- Clotilde Atahuaman Sumarán. (2013). *La Ley N° 30056 y sus modificaciones laborales al regimen especial de las micro y pequeñas empresas*. Obtenido de [https://mep.pe/intranetvirtual/Constitucion-y-Fomalizacion/tramites\\_laborales/MEP\\_Formalizacion\\_TramitesLaborales\\_ReporteEstudio-LeyMYPEyLey30056.pdf](https://mep.pe/intranetvirtual/Constitucion-y-Fomalizacion/tramites_laborales/MEP_Formalizacion_TramitesLaborales_ReporteEstudio-LeyMYPEyLey30056.pdf)
- DEFINICIONABC. (2017). *FODA*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/negocios/foda.php>

- Gestion. (30 de 10 de 2017). *EY: Retail en Perú está cerca de alcanzar los estándares del primer mundo*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/ey-retail-peru-cerca-alcanzar-estandares-primer-mundo-221650>
- INDECOPI. (2019). *Registro de Marca y Otros Signos*. Obtenido de <https://indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>
- INEI. (2019). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme*. Obtenido de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitaless/Est/Lib0883/Libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaless/Est/Lib0883/Libro.pdf)
- Jack Fleitman. (2016). *Misión y Visión*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/empresa/mision-vision-empresa.html>
- Juan Carlos Jimenez. (2016). *El valor de los valores en las organizaciones*. Obtenido de <https://elvalordelosvalores.com/definicion-de-los-valores/>
- Ley general de sociedades. (2010). *Ley de sociedades 26887*. Obtenido de [https://ppp.worldbank.org/public-private-partnership/sites/ppp.worldbank.org/files/documents/Ley%20No%20-%2026887\\_SP.pdf](https://ppp.worldbank.org/public-private-partnership/sites/ppp.worldbank.org/files/documents/Ley%20No%20-%2026887_SP.pdf)
- Martinez E., Montaner T., Pina J. (2007). *ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN E IMAGEN*. Obtenido de [https://www.esic.edu/documentos/revistas/reim/070704\\_184607\\_E](https://www.esic.edu/documentos/revistas/reim/070704_184607_E).
- Michael E. Porter. (2017). *ser competitivo*. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=8wE2DwAAQBAJ&pg=PP2&dq=5+fuerzas+de+porter&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjAvJu94bLIAhW8GLkGHSk7DvIQ6AEINDAB#v=onepage&q=5%20fuerzas%20de%20porter&f=false>
- MINISTERIO DEL TRABAJO Y PROMOCION DEL EMPLEO LABORAL. (2019). *El 1,2,3 de la formalización laboral*. Obtenido de [https://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/informacion/TRABAJADORES/ DLT\\_formacion\\_laboral.pdf](https://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/informacion/TRABAJADORES/ DLT_formacion_laboral.pdf)
- municipalidad distrital de Amarilis . (2019). *Obtención de la licencia de funcionamiento*. Obtenido de <https://muniamarilis.gob.pe/>
- PRO INVERSION. (2016). *Régimen Laboral de la actividad privada en el Perú*. Recuperado el 17 de Junio de 2017, de <http://www.proinversion.gob.pe/apec/pdf/4%20Regimen%20Laboral.pdf>
- Promonegocios. (2006). *La Promoción de Ventas*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/promocion-de-ventas.html>
- Promonegocios. (2007). *Estrategias de Precios*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/precio/estrategias-precios.html>

- Render B., Hanna M., Stair R. (2006). *Metodos cuantitativos para los negocios*. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=oNuXccZkWfIC&pg=PA115&dq=regresion+lineal&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwIU1abh47LIAhVmKLkGHT\\_aBbg4ChDoAQhnMAc#v=onepage&q=regresion%20lineal&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=oNuXccZkWfIC&pg=PA115&dq=regresion+lineal&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwIU1abh47LIAhVmKLkGHT_aBbg4ChDoAQhnMAc#v=onepage&q=regresion%20lineal&f=false)
- Ritzman L, Krajewski J, Lee J. (2000). *Adiministración de operaciones estrategia y analisis*. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=B6LAqCoPSeoC&pg=PA369&dq=FACTORES+DE+LOCALIZACI%C3%93N&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwisp-uE8bLIAhXILLkGHWLIDL8Q6AEIKDAA#v=onepage&q=FACTORES%20DE%20LOCALIZACI%C3%93N&f=false>
- Roberto Espinoza. (2014). *Cómo definir misión, visión y valores, en la empresa*. Obtenido de <https://robertoepinosa.es/2012/10/14/como-definir-mision-vision-y-valores-en-la-empresa>
- RPP NOTICIAS. (2015). *Conoce los tipos de sociedades que existen para constituir tu empresa*. Obtenido de <http://rpp.pe/lima/actualidad/conoce-los-tipos-de-sociedades-que-existen-para-constituir-tu-empresa-noticia-921826>
- SUNAT. (2017). *Regímenes Tributarios*. Recuperado el 16 de Junio de 2017, de <http://eboletin.sunat.gob.pe/index.php/component/content/article/1-orientacion-tributaria/321-regimenes-tributarios->
- SUNAT. (2019). *clasificacion internacional industrial uniforme*. Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/personas-menu/ruc-personas/inscripcion-al-ruc-personas/6745-03-tablas-anexas-ruc-personas>
- SUNAT. (2019). *concepto planilla electronica*. Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/informacion-general-planilla-electronica>
- SUNAT. (febrero de 2019). *Iniciando mi negocio*. Obtenido de <http://emprender.sunat.gob.pe/como-me-conviene-tributar>
- THE SOCIAL MEDIA AGENCY. (2012). *Claves del Marketing digital*. Recuperado el 09 de Abril de 2018, de <https://www.intuic.com/intuic/Frontend/pdt/claves-del-Marketing-Digital.pdf>
- Thompson, I. (Julio de 2015). Obtenido de <http://www.marketingintensivo.com/articulos-marketing/que-es-el-marketing-digital.html>
- Twitter. (2016). *Como puede tu empresa usa Twitter*. Obtenido de <https://business.twitter.com/es/basics/intro-twitter-for-business.html>

UNIVERSIA ESPAÑA. (13 de Marzo de 2015). *Google AdWords*. Obtenido de <http://noticias.universia.es/empleo/noticia/2015/03/13/1121474/google-adwords-como-funciona.html>

Vara, A. (2013). *7 PASOS PARA UN TESIS EXITOSA*. Obtenido de <http://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/7-PASOS-PARA-UNA-TESIS-EXITOSA-Desde-la-idea-inicial-hasta-la-sustentaci%C3%B3n.pdf>

1. Velazquez E. (2012). *canales de distribución y logística* . Obtenido de [http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico\\_administrativo/Canales\\_de\\_distribucion\\_y\\_logistica.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Canales_de_distribucion_y_logistica.pdf)

Anexos



**ANEXO N° 01: Formato de solicitud de reserva de nombre**



**ANEXO 1: FORMULARIO**

**SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA**

**SEÑOR REGISTRADOR DEL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS:**

Yo, \_\_\_\_\_ identificado con:

DNI°  CIP  CE  OTROS \_\_\_\_\_ N° \_\_\_\_\_

en mi calidad de (titular  socio  abogado  notario  representante ) domiciliado en \_\_\_\_\_, distrito de \_\_\_\_\_, Provincia de \_\_\_\_\_, ante Ud. con el debido respeto me presento y digo:

**SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA para:**

**Constitución**                       **Modificación de Estatuto**

Podrá indicar hasta 03 nombres y de forma opcional sus correspondientes abreviaturas tratándose de denominaciones.<sup>1</sup>  
 Sólo se concederá la reserva de un nombre (completo o abreviado) de forma excluyente.

| NOMBRE COMPLETO DE LA PERSONA JURÍDICA<br>OBLIGATORIO | NOMBRE ABREVIADO DE LA PERSONA JURÍDICA<br>OPCIONAL |
|---|---|
| 1. _____<br>_____                                     | 1. _____<br>_____                                   |
| 2. _____<br>_____                                     | 2. _____<br>_____                                   |
| 3. _____<br>_____                                     | 3. _____<br>_____                                   |

**TIPO DE PERSONA JURÍDICA: (Marque una opción)**

S.A       ASOCIACIÓN       S.R.L       COMITÉ       S. CIVIL  
 S.A.C       E.I.R.L       COOPERATIVA       OSB

OTROS (precisar el tipo de persona jurídica) \_\_\_\_\_

**NOMBRE (S) Y APELLIDOS DE TODOS LOS INTEGRANTES DE LA PERSONA JURÍDICA EN CONSTITUCIÓN O NOMBRE DE LA PERSONA JURÍDICA CONSTITUIDA EN CASO DE MODIFICACIÓN DE ESTATUTOS O NOMBRE DE LAS PERSONAS AUTORIZADAS PARA LA FORMALIZACIÓN (letra imprenta):**

|  |  |
|--|--|
|  |  |
|  |  |
|  |  |


Lima, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del 20 \_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Firma del Solicitante

<sup>1</sup> También podrá solicitar la reserva de nombre ingresando a la página web [www.sunarp.gob.pe](http://www.sunarp.gob.pe), servicios en línea, donde podrá indicar hasta cinco (5) nombres y de forma opcional sus abreviaturas tratándose de denominaciones.



## ANEXO N° 02: Formato de elevación de minuta

|  |   |  |                             |                                    |   |  |
|--|---|--|-----------------------------|------------------------------------|---|--|
|   | <b>PERÚ</b>   | Presidencia<br>del Consejo de Ministros  | INDECOPI                    |                                    |   |  |
| <b>DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS</b>   |   |  |                             |                                    |   |  |
| <b>SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUCTO / SERVICIO Y/O MULTICLASE</b>  |   |  |                             |                                    |   |  |
| <b>1. DATOS DEL SOLICITANTE</b>  |   | <input type="checkbox"/> N° de Solicitantes (En caso de ser más de 1 solicitante llenar el <b>anexo A</b> por cada solicitante adicional)  |                             |                                    |   |  |
| <input type="checkbox"/> <b>PERSONA NATURAL</b>  |   | <input type="checkbox"/> <b>PERSONA JURÍDICA</b>   |                             |                                    |   |  |
|  |   | Tipo de empresa (*) (marque de corresponder):<br><input type="checkbox"/> Micro <input type="checkbox"/> Pequeña <input type="checkbox"/> Mediana <input type="checkbox"/> Otra: _____   |                             |                                    |   |  |
| Nombre o Denominación / Razón Social (conforme aparece en su documento de identidad o de constitución)   |   |  |                             |                                    |   |  |
| Nacionalidad / País de Constitución:   |   | Documento de Identidad (marcar y llenar según corresponda:<br>Persona Natural: DNI <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> / Persona Jurídica RUC <input type="checkbox"/> )   |                             |                                    |   |  |
| Representante Legal (Llenado <u>obligatorio</u> en caso de ser Persona Jurídica):  |   |  |                             |                                    |   |  |
| Domicilio para envío de notificaciones en el Perú  |   |  |                             |                                    |   |  |
| Dirección:   |   |  |                             |                                    |   |  |
| Distrito:  |   | Provincia:   | Departamento:               |                                    |   |  |
| Referencias de domicilio:  |   |  |                             |                                    |   |  |
| Correo electrónico   |   | Número de teléfono fijo  |                             |                                    |   |  |
| Casilla electrónica (previa suscripción de contrato con Indecopi)  |   | Número de teléfono celular   |                             |                                    |   |  |
| <input type="checkbox"/> Se adjunta documentación que acredita representación.<br><input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación ha sido presentado en el expediente N°:<br><small>(Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 05 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 27444)</small>       |   |  |                             |                                    |   |  |
| <b>2. DATOS RELATIVOS AL SIGNO DISTINTIVO A REGISTRAR</b>  |   |  |                             |                                    |   |  |
| <b>2.1. Tipo de Signo:</b><br><br><input type="checkbox"/> Denominativa<br><input type="checkbox"/> Denominativa con grafía<br><input type="checkbox"/> Mixta<br><input type="checkbox"/> Tridimensional<br><input type="checkbox"/> Figurativa<br><input type="checkbox"/> Otros: _____   | <b>2.2. Indicación del Signo (de ser solo denominativo)</b> | <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;"><b>2.3. Reproducción del Signo</b></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; padding: 5px;"><b>PEGAR REPRODUCCIÓN DE LA MARCA DENOMINATIVA CON GRAFÍA, MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL</b></td> </tr> <tr> <td style="font-size: small; padding: 5px;">           Se sugiere enviar <u>copia fiel del mismo logotipo</u> al correo: <a href="mailto:logos-bsd@indecopi.gob.pe">logos-bsd@indecopi.gob.pe</a>. (formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles)<br/>           Se considerarán los colores que se aprecian en la reproducción adjunta, salvo comunicación en contrario en cada expediente.         </td> </tr> </table> |                             | <b>2.3. Reproducción del Signo</b> | <b>PEGAR REPRODUCCIÓN DE LA MARCA DENOMINATIVA CON GRAFÍA, MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL</b> | Se sugiere enviar <u>copia fiel del mismo logotipo</u> al correo: <a href="mailto:logos-bsd@indecopi.gob.pe">logos-bsd@indecopi.gob.pe</a> . (formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles)<br>Se considerarán los colores que se aprecian en la reproducción adjunta, salvo comunicación en contrario en cada expediente. |
| <b>2.3. Reproducción del Signo</b>   |   |  |                             |                                    |   |  |
| <b>PEGAR REPRODUCCIÓN DE LA MARCA DENOMINATIVA CON GRAFÍA, MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL</b>  |   |  |                             |                                    |   |  |
| Se sugiere enviar <u>copia fiel del mismo logotipo</u> al correo: <a href="mailto:logos-bsd@indecopi.gob.pe">logos-bsd@indecopi.gob.pe</a> . (formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles)<br>Se considerarán los colores que se aprecian en la reproducción adjunta, salvo comunicación en contrario en cada expediente.   |   |  |                             |                                    |   |  |
| <b>2.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte de la Marca:</b>   |   | SI <input type="checkbox"/>  | NO <input type="checkbox"/> |                                    |   |  |
| (en caso de <b>NO MARCAR</b> alguna opción, se protegerán los colores que aparecen en la reproducción adjunta)   |   |  |                             |                                    |   |  |
| (*) De acuerdo con el D.S. 013-2013-PRODUCE será considerada como micro empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayores a 150 U.I.T.; pequeña empresa, aquella que tenga ventas anuales no menores a 150 U.I.T. ni mayores a 1700 U.I.T.; y mediana empresa, aquella que tenga ventas anuales no menores a 1700 U.I.T. ni mayores a 2300 U.I.T. |   |  |                             |                                    |   |  |

**ANEXO N° 05: Declaración jurada de observancia de defensa civil**

**DECLARACIÓN JURADA**

De conformidad a lo dispuesto en la Ley N° 28976 Ley Marco de Marco de Licencia de Funcionamiento Declaro que el establecimiento que conduzco cumple con las condiciones de seguridad establecidas en la normatividad de Defensa Civil, estipulado en el D.S. 058-2014 PCM.

**DECLARO BAJO JURAMENTO**

- Que los datos que proporciono es este documento son verdaderos que actúo de buena fe y que:
  - Conozco las normas legales y administrativas que regulan el procedimiento solicitado.
  - Sé que en caso de establecerse que el documento solicitado hubiese sido obtenido fraudulentamente, se dispondrá la anulación del acto, ordenándose la clausura del establecimiento (si fuese el caso) y se impondrá una multa administrativa sin perjuicio de las acciones civiles y penales a que hubiere lugar considerándose la magnitud del daño potencial o efectivamente generado a la sociedad y/o al Estado.
  - Estoy informado que si los actos que realizo en el establecimiento fueran ilícitos ó no están debidamente autorizados será pasible de ser denunciado(a) ante el Ministerio Público por el delito cometido, sin el perjuicio de las correspondientes sanciones administrativas a que hubiere lugar.
- Que la obtención del documento solicitado no me exime de la obligación de gestionar y obtener la Declaratoria de Fábrica, Conformidad de Obra, Licencia de Construcción, Certificado de Conformidad Ambiental, permisos y/o autorizaciones específicas o inscripciones en SUNARP que son exigidas por normas sectoriales y otras disposiciones legales colaterales (NRC D.S. 005-2013-PCM-O.M.-000051-2008).
- Tengo la obligación de tener en el establecimiento, todos los documentos indicados en este formulario, para la verificación y fiscalización posterior por las autoridades municipales ó presentados en caso de verificación previa.
- O.M. N° 000022 que establece Prohibiciones y Sanciones por permitir el acceso a páginas pornográficas a menores de edad en cabinas de Internet.
- O.M. N° 000010 que regula Clausura Definitiva de los Locales que promuevan ó favorezcan la trata de personas, la prostitución clandestina y la explotación de menores de edad.
- En caso de tratarse de restaurantes, Discotecas, bodegas y/o Abarrotes, Video Pub o algún otro giro similar donde se expendan licores, queda prohibido su venta a menores de edad, bajo causal de disponerse la clausura del establecimiento y de imponerse las multas correspondientes.
- En caso de tratarse de bodegas y/o abarroterías u otros giros análogos, la venta de licores (en caso de autorizarse) es únicamente envasados de fábrica para llevar.
- Que, mi establecimiento no está ubicado en área pública ni retro municipal, ni en zonas de estricto uso público, ni causará molestias ni daños a terceros.
- En caso de ser representante legal, declaro que el poder con el que actúo está vigente y es suficiente para asumir todas las responsabilidades y obligaciones que genere este trámite.
- Que adjunto los requisitos exigidos por la ley No. 28976 y el Texto Único de Procedimientos Administrativos - TUPA y que doy poder Legalizado ó Fedatizado a don/ña) .....  
 Con documento de identidad No. .... Domiciliado en .....  
 ..... Para que realice los trámites correspondientes y recoja el documento solicitado.

Declaro bajo juramento que los datos consignados expresan la verdad y que tengo conocimiento que cualquier enmendadura o borrón invalida automáticamente el presente documento.

**Croquis** de Ubicación del predio (Indicar Mz., Lote, Calle) ..... de ..... del .....  
 Avenidas Colindantes del predio .....  
 [ ] [ ] [ ]

