

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA
FACULTAD DE INGENIERIA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERIA
AGROINDUSTRIAL



UNS
UNIVERSIDAD
NACIONAL DEL SANTA

**Informe de experiencia profesional realizado en la
empresa Agromen Group S.A.C**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OBTENER EL
TITULO PROFESIONAL DE INGENIERO AGROINDUSTRIAL**

AUTOR:

Bach. Zamudio Castillo, Rolando Noel

ASESOR

Dr. Castro Zavaleta, Víctor Augusto
ORCID: 0000-0003-3214-2698

Nuevo Chimbote – Perú

2023

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA
FACULTAD DE INGENIERIA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERIA AGROINDUSTRIAL



CARTA DE CONFORMIDAD DEL ASESOR

El presente Informe para Título has sido revisada y desarrollada en cumplimiento del objetivo propuesto y reúne las condiciones formales y metodológicas, estando encuadrado dentro del trabajo de investigación, la tesis y el trabajo de suficiencia profesional conforme al reglamento general para obtener el Título Profesional en la Universidad Nacional del Santa (R.D. N° 492-2017-CU-R-UNS) de acuerdo a la denominación siguiente:

**INFORME PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE INGENIERO
AGROINDUSTRIAL**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OBTENER EL TITULO
PROFESIONAL DE INGENIERO AGROINDUSTRIAL**

AUTOR: Bach. Zamudio Castillo Rolando Noel

Dr. Víctor Augusto Castro Zavaleta

DNI: 17859760

Código ORCID:0000-0003-3214-2698

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA
FACULTAD DE INGENIERIA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERIA AGROINDUSTRIAL




HOJA DE AVAL DEL JURADO EVALUADOR

El presente trabajo, informe titulado: **“INFORME DE EXPERIENCIA PROFESIONAL REALIZADO EN LA EMPRESA AGROMEN GROUP S.A.C”** para obtener el título profesional de Ingeniero Agroindustrial, presentado por el bachiller **ZAMUDIO CASTILLO ROLANDO NOEL**, que tiene como asesor al **Dr. VICTOR AUGUSTO CASTRO ZAVALETA** designado por resolución No 131-2023-UNS-FI, ha sido revisado y aprobado el 2023, por el siguiente jurado evaluador designado mediante resolución N° 260-2023-UNS-CFI.



Ms. Elizalde Carranza Caballero
PRESIDENTE
DNI: 17886227
Código ORCID: 0000-0002-4571-765X



Ms. Juan Carlos Vásquez Guzmán
SECRETARIO
DNI: 40787073
Código ORCID: 0000-0002-7112-4006



Dr. Víctor Augusto Castro Zavaleta
INTEGRANTE
DNI: 17859760
Código ORCID: 0000-0003-3214-2698

NUEVO CHIMBOTE – PERU

2023



FACULTAD DE INGENIERIA
E.P. INGENIERIA AGROINDUSTRIAL

ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Siendo las 11:00 horas del día veintisiete de mayo del dos mil veintitrés, se instalaron en el aula multimedia de la EPIA – 1er piso, el Jurado Evaluador, designado mediante T/Resolución N° 260-2023-UNS-CFI integrado por los docentes:

- Ms. Elizalde Carranza Caballero (Presidente)
- Ms. Juan Carlos Vásquez Guzmán (Secretario)
- Dr. Víctor Augusto Castro Zavaleta (Integrante)

Para dar inicio a la Sustentación del Informe Trabajo de Suficiencia Profesional:

“INFORME DE EXPERIENCIA PROFESIONAL REALIZADO EN LA EMPRESA AGROMEN GROUP S.A.C.”, elaborado por el bachiller en Ingeniería Agroindustrial.

- ZAMUDIO CASTILLO ROLANDO NOEL

Asimismo, tiene como Asesor al docente: **Dr. Víctor Augusto Castro Zavaleta.**

Finalizada la sustentación, el Tesista respondió las preguntas formuladas por los miembros del Jurado Evaluador.

El Jurado después de deliberar sobre aspecto relacionados con el trabajo, contenido y sustentación del mismo, y con las sugerencias pertinentes en concordancia con el Artículo 107° del Reglamento de Grados y títulos de la Universidad Nacional del Santa, declaran:

BACHILLER	PROMEDIO VIGESIMAL	PONDERACIÓN
• ZAMUDIO CASTILLO ROLANDO NOEL	18	BUENO

Siendo las 12:30 horas del mismo día, se dio por terminada dicha sustentación, firmando en señal de conformidad el Jurado Evaluador.

Nuevo Chimbote, 27 de mayo del 2023


Ms. Elizalde Carranza Caballero
Presidente


Ms. Juan Carlos Vásquez Guzmán
Secretario


Dr. Víctor Augusto Castro Zavaleta
Integrante



Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: Rolando Noel Zamudio Castillo
Título del ejercicio: TRABAJOS 2022
Título de la entrega: Informe de experiencia profesional realizado en la empresa ...
Nombre del archivo: Informe_de_Rolando_Zamudio_Final.1.pdf
Tamaño del archivo: 3.35M
Total páginas: 68
Total de palabras: 11,818
Total de caracteres: 66,652
Fecha de entrega: 17-ago.-2023 09:56p. m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega: 2147347151

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA
FACULTAD DE INGENIERIA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERIA
AGROINDUSTRIAL



Informe de experiencia profesional realizado en la
empresa Agromen Group S.A.C

INFORME DE EXPERIENCIA PROFESIONAL PARA OPTAR EL
TITULO DE INGENIERO AGROINDUSTRIAL

AUTOR:

Bach. Zamudio Castillo, Rolando Noel

ASESOR

Dr. Castro Zavaleta, Victor Augusto
ORCID: 0000-0003-3214-2698
Nuevo Chimbote - Perú

2023

Informe de experiencia profesional realizado en la empresa Agromen Group S.A.C

por Rolando Noel Zamudio Castillo

Fecha de entrega: 17-ago-2023 09:56p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2147347151

Nombre del archivo: Informe_de_Rolando_Zamudio_Final.1.pdf (3.35M)

Total de palabras: 11818

Total de caracteres: 66652

Informe de experiencia profesional realizado en la empresa Agromen Group S.A.C

INFORME DE ORIGINALIDAD

6%

INDICE DE SIMILITUD

5%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

3%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

www.mecalux.es

Fuente de Internet

1%

2

repositorio.uns.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

3

www.slideshare.net

Fuente de Internet

<1%

4

Submitted to Universidad Internacional de la
Rioja

Trabajo del estudiante

<1%

5

www.coursehero.com

Fuente de Internet

<1%

6

repositorio.uladech.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

7

Submitted to Universidad Central de
Colombia

Trabajo del estudiante

<1%

8

Submitted to Instituto Superior de Artes,
Ciencias y Comunicación IACC

<1%

DEDICATORIA

A DIOS, por darme la vida, todo lo puedo en él que me da fortalezas, para seguir hacia adelante; que me brindó salud y sabiduría a lo largo de mis estudios y poder culminar satisfactoriamente mi carrera.

A mis padres, por darme su apoyo y por ser un ejemplo a seguir, los amo por ser la base principal para mi crecimiento profesional.

Al regalo más grande que Dios me supo entregar mis hijos, que llegaron a mi vida para enseñarme el amor incondicional y por ser mi motivación y orgullo.

ROLANDO NOEL ZAMUDIO CASTILLO

AGRADECIMIENTO

1. A la “Universidad Nacional del Santa”, proveedora de alimento intelectual que me nutrió de conocimientos y fue parte de toda mi formación académica en cuyos recintos quedaron petrificados gratos recuerdos de vida como estudiante universitario.
2. Un especial reconocimiento y agradecimiento a mi asesor al Ing. Dr. Víctor Castro Zavaleta, por su orientación, consejo y apoyo incondicional, hizo realidad mi sustentación así lograr la obtención de mi título profesional.
3. A todos los profesores de la escuela de ingeniería Agroindustrial que supieron hacer de nosotros dignos estudiantes, hoy buenos profesionales con grandes valores.
4. A todos los profesionales y amistades que han contribuido con un granito de conocimiento para la finalización de este Informe de Experiencia Profesional.

INDICE

	Pág.
Carta de Conformidad del Asesor.....	ii
Hoja de Aval del Jurado Evaluador.....	iii
Acta de Sustentación Del Trabajo de Suficiencia Profesional.....	iv
Recibo Digital Turnitin.....	v
Resumen de Originalidad.....	vi
Dedicatoria.....	viii
Agradecimiento.....	ix
Índice.....	x
Índice de tablas.....	xiii
Índice de figuras.....	xiii
Resumen.....	xiv
Abstract.....	xv
I. Introducción y Objetivos.....	1
1.1. Introducción.....	1
1.2. Objetivos.....	6
II. Antecedentes Bibliográficos.....	7
2.1. Los KPI de Gestión.....	7
2.1.1. Características de los Indicadores	7
2.1.2. Clasificación de los Indicadores de Gestión.....	8
2.2. El Presupuesto en la Empresa.....	9
2.2.1. Definición de Presupuesto.....	9
2.2.2. Importancia del Presupuesto.....	10
2.2.3. Ventajas del Presupuesto.....	10
2.3. Los Almacenes	11
2.3.1. Tipos de Almacenes	11
2.3.2. Actividades de un Almacén.....	12
2.3.3. Elementos que Intervienen en un Almacén.....	12
2.4. Los Inventarios.....	12
2.4.1. Para que sirve un Inventario	13

2.4.2. Características de un Inventario.....	13
2.4.3. Tipos de Inventario	13
2.5. Rotación de Inventarios	14
2.5.1. Cálculo de la Tasa de Inventario	14
2.6. Personal de Campo.....	15
2.6.1. Como mejorar la gestión del equipo de campo.....	15
2.7. Los recursos logísticos	16
2.7.1. Recursos Materiales Fisicos.....	16
2.7.2. Recursos Materiales Virtuales.....	17
2.7.3. Recursos Humanos.....	17
2.7.4. Características de los recursos.....	17
2.8. Cumplimiento de objetivos o metas establecidas en ventas.....	18
2.8.1. Tipos de objetivos de ventas.....	18
2.8.2. Como definir los objetivos de un plan de ventas.....	19
2.9. Las zonas y rutas de ventas.....	19
2.9.1. Razones que justifican las zonas y rutas de ventas.....	20
2.9.2. Como establecer los territorios.....	20
2.9.3. Estudio de rutas.....	20
2.9.4. Objetivos de un estudio de rutas.....	21
2.10. Gestión de cartera de clientes.....	21
2.10.1. Importancia de la cartera de clientes.....	21
2.10.2. Como se construye una cartera de clientes	22
2.11. Buenas prácticas agrícolas (BPA).....	23
2.11.1. Importancia de las buenas prácticas agrícolas (BPA).....	23
2.11.2. Ventaja de las buenas prácticas agrícolas (BPA).....	23
2.11.3. Mantenimiento de Registros.....	24
III. Empresa Agromen Group S.A.C.....	25
3.1. Datos Generales.....	25
3.2. Nombre o Razón social de la empresa.....	25
3.3. Ubicación de la empresa.....	25
3.4. Tamaño de la empresa.....	26

3.5. Estructura organizacional.....	28
3.5.1. Áreas Funcionales	28
3.5.2. Gerencia General.....	28
3.5.3. Encargado de Tienda.....	28
3.6. Organización de la empresa.....	29
3.7. Visión y misión de la empresa.....	30
3.7.1. Visión.....	3
3.7.2. Misión	30
3.8. Objetivos estratégicos	30
3.9. Insumos agroquímicos	31
IV. Desarrollo de la Experiencia Profesional	32
4.1. Encargado de tienda	32
4.2. Periodo de trabajo.....	32
4.3. Zona de trabajo	32
4.4. Desarrollo del desempeño laboral	33
4.4.1. Desempeño Administrativo.....	34
4.4.1.1. Manejo de indicadores de gestión	34
4.4.1.2. Manejo de presupuesto	35
4.4.1.3. Manejo de almacenes.....	35
4.4.1.4. Inventarios.....	36
4.4.1.5. Rotación de insumos.....	36
4.4.1.6. Dirección de actividades del personal de campo.....	37
4.4.1.7. Administración de los recursos logísticos.....	37
4.4.2. Desempeño en ventas.....	37
4.4.2.1. Cumplimiento de metas establecidas.....	38
4.4.2.2. Planificación de rutas de ventas.....	38
4.4.2.3. Gestión de la cartera de clientes de la zona	38
4.4.3. Desempeño en asistencia técnica	38
4.4.3.1. Desarrollo de las visitas de campo.....	39
4.4.3.2. Desarrollo de buenas prácticas agrícolas (BPA) en el asesoramiento técnico de productos de exportación.....	39

4.4.3.3. Criterios de evaluación de campo.....	40
4.4.3.4. Caracterización de la zona de trabajo.....	41
V. CONCLUSIONES.....	42
VI. RECOMENDACIONES.....	43
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	45

INDICE DE CUADROS

Cuadro No 1. Importaciones Peruanas de Agroquímicos. Periodo 2018 – 2021.....	4
Cuadro No 2. Sucursales de Agromen Group S.A.C.....	27
Cuadro No 3. Tipos de Insumos Agroquímicos.....	31
Cuadro No 4. Esquema de Desarrollo del Desempeño Laboral	34

INDICE DE FIGURAS

Fig. 01. Mapa de Ubicación de la Empresa Agromen Group S.A.C. Sede Ciudad de Huarney.	26
Fig. 02. Zona de Trabajo y Recorrido en la Provincia de Huarney.....	33

RESUMEN

Según el IDEXAM, que es el Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior que pertenece a la Cámara de Comercio de Lima, la Importancia de los insumos agroquímicos para la actividad agraria peruana, siendo estos productos de importados, su precio estará sujeto al comportamiento del mercado mundial.

Para nuestro país, la actividad económica del campo, es la agraria que es muy importante y esencial, esto se evidencio durante la pandemia que fue la única actividad económica que no paralizó.

En este Informe de Experiencia Profesional muestro una descripción de mis funciones y desempeño laboral como encargado de Tienda en la Empresa Agromen Group S.A.C., con sede en la Ciudad de Huarmey, cargo que en la actualidad aun desempeño, en ello he optado en dividir el informe en tres aspectos como son desempeño administrativo, desempeño en ventas y desempeño en asistencia técnica. Menciono manejo de indicadores, presupuestos, almacenes, inventarios, rotación de insumos, recursos logísticos, cumplimiento de metas, cartera de clientes, desarrollo de visitas en campo, etc.

Palabras claves: IDEXAM, agroquímicos, mercado mundial, indicadores, inventarios.

ABSTRACT

According to IDEXAM, which is the Institute for Research and Development of Foreign Trade that belongs to the Lima Chamber of Commerce, the importance of agrochemical inputs for the Peruvian agricultural activity, being these products imported, their price will be subject to the behavior of the world market.

For our country, the economic activity of the countryside, agriculture is very important and essential, this was evidenced during the pandemic that was the only economic activity that did not paralyze.

In this Report of Professional Experience I show a description of my functions and work performance as store manager in the company Agromen Group S.A.C., based in the city of Huarney, a position that I still perform today, in it I have chosen to divide the report into three aspects such as administrative performance, sales performance and performance in technical assistance. I mention the management of indicators, budgets, warehouses, inventories, input rotation, logistic resources, goal fulfillment, client portfolio, development of field visits, etc.

Key words: IDEXAM, agrochemicals, world market, indicators, inventories.

CAPITULO I: Introducción y Objetivos

1.1. Introducción

La Importancia de los insumos agroquímicos para la actividad agraria peruana, el castigo de los países de occidente hacia el país ruso, a esto se agrega la paralización de la cadena de aprovisionamiento del país ucraniano por la colisión, mermará la oferta disponible de abonos y fertilizantes, entre otros, con esto aumentará el precio, tal como lo señala el IDEXCAM que es el Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior (12-2013) que pertenece a la Cámara de Comercio de Lima.

Para nuestro país, la actividad la económica del campo es la agraria que es muy importante y esencial. Que en el periodo o época más difícil que nos tocó vivir durante la pandemia fue la única actividad económica que no paralizó; pudo mantener su desarrollo aun con su problemática y adversidades no antes presentadas en este mundo globalizado; sin embargo, se trató de levantar o mejorar la economía de nuestro país que estuvo muy alicaída.

Los que respondieron positivamente en esta pandemia en cuanto a valor fueron los subsectores de frutas que llegó a crecer cerca del 22% para en 2021, el otro subsector fue el de hortalizas que tuvo un crecimiento cerca del 6%. En estos dos subsectores que opera con su peculiaridad de clientes es decir maneja su cartera de productos frescos y refrigerados propios. Tenemos, por ejemplo, en el caso de las frutas, figuran los arándanos, las uvas, el mango, y la palta, y para las hortalizas, se tiene en primer lugar a los espárragos, alcachofas, cebollas y finalmente tenemos a las aceitunas negras.

En resumen, el Perú tiene en el sector agropecuario entre sus principales productos para la exportación a los productos frescos, que cumplen ciertos requisitos que se necesitan como son mano de obra de calidad, maquinaria con tecnología de punta y para la producción insumos certificados y declarados por SENASA.

Para obtener una buena producción y que sea óptima de gran valor agregado y de excelente calidad están los productos agroquímicos, que genera un buen rendimiento de toneladas de producto por hectárea. Otro aspecto importante es de saber proteger a las frutas y verduras de plagas de insectos que invaden las zonas de cultivo, ya que su aspecto y apariencia es parte de la calidad del producto

del campo ya que es requisito de venta. Esta visto entonces que el sector agrario depende en gran parte de la gran industria de los plaguicidas, fertilizantes y los reguladores para el crecimiento vegetal de las plantas.

En el caso de los fertilizantes que son productos de origen inorgánico fundamentalmente, como es el caso de los insumos como el nitrato de amonio, el sulfato de amonio y el amoniaco, a esto también lo incluimos a la urea, aunque es producto de origen orgánicos. También se utiliza a los famosos reguladores de crecimiento o fitoreguladores, que es utilizado para cambiar los patrones de crecimiento la planta así permitir su control, esto constituye a nivel comercial una pequeña parte del mercado de productos agroquímicos en comparación a otros. Debido a la gran cantidad de plagas existentes en el campo agrícola y varía según el cultivo tenemos a los plaguicidas, importantísimo en la industria agroquímica.

Los insumos de uso agrícola deben ser fiables para la salud del hombre y el animal, así como a su medio ambiente, siempre cuando que se utilice la dosificación recomendada por el productor del insumo y su uso haya sido aprobado por la autoridad competente de nuestro país y aprobados por la Organización Mundial de la Salud (OMS).

En el mercado de las importaciones como el caso del Perú, el uso de los fertilizantes es casi el 61 % del total productos agroquímicos que el Perú adquirió o compro en el año 2021, en promedio han crecido casi cerca del 9 % durante el último lustro, llegando a un valor monetario en divisa US un aproximado de US\$ 505 millones que equivale en toneladas a 1300 millones de toneladas.

Otros de los insumos que tiene buena participación en el mercado de los insumos agroquímicos que está cerca al 19 %, son los abonos, que tuvo un aumento en promedio del 9 %, que traducido en US\$ es 154 millones, que equivales en toneladas a 302 en el año 2021.

De la lista de insumos, uno de los insumos que también tiene gran participación de mercado en las importaciones son los fungicidas que bordea el 19 % de productos agroquímicos que aterrizaron al Perú en el año 2021, en promedio tuvo un crecimiento del 14 %, que representa en moneda US\$ 91 millones, que es casi 9000 toneladas de insumos.

Cerramos con el mercado de las importaciones de los agroquímicos con la compra de los productos herbicidas que tiene participación en el mercado del 9%, que tuvo en promedio un alza del 17%, que representa en moneda US\$ 79 millones, que es casi 17000 toneladas de insumos.

Los Fertilizantes

Las importaciones del mercado de los fertilizantes destacaron el año 2021, fue de la siguiente manera urea agrícola, sulfato de amonio, sulfato de potasio, fosfato diamónico y por último el nitrato de amonio.

El Perú y sus importaciones en los cinco años últimos, para el caso del fosfato diamónico tuvo un aumento en promedio del 54%, mientras que el producto sulfato de amonio y su gemelo fertilizante en 22% y 4%, según los reportes de la SUNAT. El sulfato de potasio tuvo un aumento del 10% y el otro producto que también aumenta fue la urea agrícola que estuvo bordeando el 37% y la roca fosfórica fue cerca del 29%.

En el caso del Perú en el año 2021, los rusos fueron los principales proveedores de la urea agrícola que tuvo un nivel de participación de mercado cerca del 69% que equivale en moneda norteamericana de US\$ 88 millones, lo siguen el mercado chino con una participación del 26% de mercado dicho de otra manera equivalente a US\$ 33 millones. Sigue la roca fosfórica para el caso peruano, a nuestro mercado lo abastece los marruecos que equivale en % de participación de mercado cerca del 100% traducidos en moneda US\$ fue de 27 millones.

El sulfato de potasio, cuyo proveedor número uno es China, en el año 2021 tuvo una participación de mercado cercano al 56 %, dicho de otra, en moneda US\$ fue de 21 millones. Otro producto chino es el sulfato de amonio que tiene una participación de mercado al borde 56% que representa en US\$ 23, no quedándose atrás Rusia como principal abastecedor de nitrato de amonio que tiene una participación cerca del 98% que equivale a US\$ 98 millones.

Abonos

Los abonos, como parte de los insumos que son importados por el Perú, tuvieron un crecimiento en promedio cerca del 9%. Nuestros principales abastecedores en al año 2021 figura Rusia que llega al 50% y España en 10% de participación de mercado. Lo siguen otros países con menos participación de mercado como es el caso de España, Noruega, Canadá y Chile que llegan con participación en porcentaje al mercado peruano en 10%, 9%, 7% y 5% respectivamente.

CUADRO N° 01

Importaciones Peruanas de Agroquímicos. Periodo 2018 – 2021								
Valor Expresado en Millones de US\$								
	Año 2018		Año 2019		Año 2020		Año 2021	
	Valor	Volumen Ton.	Valor	Volumen Ton.	Valor	Volumen Ton.	Valor	Volumen Ton.
FERTILIZANTES	294	1 034 485	349	1 267 236	322	1 308 239	505	1 365 172
ABONOS	124	349 679	109	289 666	137	395 819	155	302 964
FUNGICIDAS	68	7 641	75	7 562	89	9 581	92	9 273
HERBICIDAS	59	14 884	62	164 74	76	21 420	79	17 902

Fuente: SUNAT

Elaboración: Propia

Herbicidas

Dentro de las importaciones en el mercado peruano están los herbicidas que crecieron cerca del 14% dentro de los cinco años últimos. Los países abastecedores figura a la China como principal proveedor al mercado peruano que tiene una participación del 47% de mercado, lo sigue EE. UU y Colombia con cerca del 13% para cada uno, México sigue con un 11% y cierra Alemania como país proveedor con 8% de participación de mercado.

Fungicidas

El mercado peruano de las importaciones están los fungicidas que tuvo un crecimiento en promedio cerca del 17% en los últimos cinco años. Siendo los países proveedores en el 2021, con un 27 % de participación de mercado la China, lo sigue Colombia con 20% y cierra con el 13% de participación de mercado como país proveedor a EE.UU.

Trademap reporta a Ecuador, como el país gran importador de abono en el 2021 en la región, llegando a cifras en US\$ de 182 millones, le sigue el Perú con un monto de US\$ 155 millones, el país del sur Chile con alrededor de US\$ 150 millones. El Perú aparece como un país gran importador de fertilizantes en el año 2021 que bordea cifras en US\$ de 505 millones. El país del sur le sigue es decir Chile en moneda U.S es de US\$ 384 millones. Ecuador esta finalmente cerca de las cifras de US\$ de 150 millones de moneda US.

Según lo redactado, se puede ver que en el Perú el sector económico como es el agrícola depende mucho de las importaciones de los insumos agrícolas para su siembra o producción. La guerra entre los países de Ucrania y Rusia activó e hizo sentir pánico al empresario local que se dedican a la actividad económica que es la agrícola.

Rusia que es país principal proveedor de nuestro mercado de fertilizantes y abonos, estos insumos que son vitales para obtener una buena calidad y un mejor rendimiento productivo en el campo peruano. Rusia también figura como segundo gran exportador de cloruro de potasio y número uno para el caso del abono NPK y de los fertilizantes como la urea agrícola, nitrato de amonio y fosfato monoatómico.

Las sanciones de los países de occidente que lo impusieron a Rusia, la paralización de la cadena de suministros de Ucrania por la guerra que aún persiste, estas podrían disminuir la oferta que está disponible en el mercado del petróleo, maíz, trigo, de los fertilizantes y de los abonos, entre otros, se tiene que incluir otros mercados donde estamos incluidos, donde esa demanda no sufrirá un cambio. (Carlos Posada Ugas, 2022).

El mercado agrícola y su entorno es muy complejo, su Know how requiere mucha preparación por parte de los colaboradores que hacen la función de asesores para soluciones o

ventas integrales del negocio. Pero, sin embargo, hay una gran ventaja que tenemos en este sector, es que el productor sabe o tiene una real necesidad de usar algún producto o insumo para su proceso productivo o siembra en particular, debido a su experiencia de campo, en este caso debemos enfocarnos en hacer nuestro trabajo en convencer al agricultor, empresario que la compra lo realice con nuestra empresa o tienda y no con la competencia.

La Agricultura Peruana está en auge y pasa por una racha de años que es muy buena productivamente y comercialmente, el agricultor tiene que cumplir cierta exigencia de mercado como son las Buenas Prácticas Agrícolas que es voluntario, pero sin BPA no va a contribuir en un mayor crecimiento del agricultor.

Siendo al conjunto de principios, normas y recomendaciones técnicas que es aplicada a la producción, procesamiento y el cómo se transporta a los productos agrícolas o alimentos, es decir del campo al consumidor final, que siempre está orientada a cuidar la salud del consumidor final, que conlleva a cuidar el medio ambiente y debe estar reflejada en mejorar condiciones del trabajador y su familia, esta son Las Buenas Prácticas Agrícolas más conocida como BPA.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivos Generales

Realizar una descripción de mi desempeño laboral como Encargado de Tienda en la Empresa Agromen Group S.A.C., desempeñando el cargo hasta la actualidad, con la finalidad de obtener el Título Profesional de Ingeniero Agroindustrial bajo la modalidad de Informe de Trabajo de Suficiencia Profesional.

1.2.2. Objetivos Específicos

1.2.2.1. Describir mi desempeño administrativo como Encargado de Tienda en la Empresa Agromen Group S.A.C.

1.2.2.2. Describir mi desempeño en ventas como Encargado de Tienda en la Empresa Agromen Group S.A.C.

1.2.2.3. Describir mi desempeño de Asistencia Técnica en la Empresa Agromen Group S.A.C como Encargado de Tienda.

CAPATILO II. Antecedentes Bibliográficos

2.1. Los KPI de Gestión

Para que todo proceso, que puede ser logístico, de ventas o de sistemas productivos, sea exitoso es necesario implementar un buen sistema que sea adecuado de KPI o métrica, que servirá para medir la gestión de ello, esta implementación será, con un buen manejo de información podemos medir las diferentes etapas logísticas del proceso del negocio.

Partimos que en Administración que todo se puede medir y entonces si es así todo se puede controlar, es allí donde radica el triunfo o éxito de cualquier tipo de operación, y como encargado de tienda no puedo olvidar: "lo que no se mide, no se puede mejorar o en todo

caso administrar". El uso adecuado y su aplicación de los KPI en los programas de productividad y de la mejora continua en el proceso de ventas y logísticos en AGROMEN, generara ventaja competitiva sostenida por ende su posicionamiento frente a la competencia local o regional.

2.1.1. Características de los KPI

Los KPI de gestión tienen que cumplir ciertos requisitos y algunos elementos así poder sostener la gestión y lograr conseguir los objetivos buscados.

2.1.1.1. Simplicidad

Los KPI se hicieron para que todos los colaboradores del equipo sean comprendidos y de ahí su simplicidad, es decir cuando más específico fuese se logrará una mayor utilidad.

2.1.1.2 Validez en el tiempo

Los KPI no son eternos, su permanencia es de carácter periódico y está relacionado con la estrategia del negocio.

2.1.1.3 Adecuación

Esta debe reflejar la magnitud a medir o hecho a analizar y debe mostrar la desviación de los resultados del proceso real.

2.1.1.4 Utilidad

Esta posibilidad existente en el KPI, que siempre está orientado en buscar el origen de las causas que nos han llevado a que alcance un valor fuera de parámetros y lograr mejorarlas.

2.1.1.5 Participación de los colaboradores

El colaborador tiene que estar incentivado a cumplir o conseguir los objetivos perseguidos, por eso es clave su participación.

2.1.1.6 Oportunidad

El manejo de la información es clave, para que su manejo sea analizado oportunamente y tomar las medidas correctivas.

2.1.2. Clasificación de los Indicadores de Gestión

Para efectos de este informe hay KPI, que son términos que están muy relacionados con el nivel y su rendimiento laboral del colaborador como son la eficacia, eficiencia y efectividad. Que dentro de la organización hay KPI que son estratégico y otros netamente operativos que están que ambas están alineadas a los objetivos de la organización.

- ✓ **KPI de eficacia:** Esta relacionado con los objetivos planteados por la organización. Tiene que ver mucho con las actividades para lograr alcanzar los objetivos.
- ✓ **KPI de eficiencia:** Esta relacionado con el uso de los recursos y los medios para determinar los logros del resultado, en base a los objetivos planteados por la organización.
- ✓ **KPI de efectividad:** Esta relacionado con la eficacia y la eficiencia.
- ✓ **KPI de calidad:** Esta relacionado con los atributos de características y satisfacción de un producto o servicio.

En este segundo grupo de KPI que está relacionado con nivel estratégico y el operativo de la organización, los hay:

- ✓ **KPI Estratégicos:** Están fijado para un corto, mediano y largo plazo. Tiene como objetivo de medir todo lo que relacionado directamente con las acciones para alcanzar los objetivos que la organización se ha fijado.
- ✓ **KPI de Resultado:** Miden el impacto logrado en la atención cliente que causó el efecto buscado o esperado.
- ✓ **KPI Operativos:** Estas son mediciones de datos en el corto plazo y está muy bien relacionado con los procesos y las operaciones de la organización u empresa.

2.2. El Presupuesto en la Empresa

En el pensamiento del hombre, presupuestar siempre ha existido en su mente, así lo demuestran las culturas de A.C como la egipcia que estimaban y así poder pronosticar sus

cosechas de trigo, con el objetivo de prevenir años de gran escasez; y la cultura romana que estimaban las futuras recaudaciones de pago de los pueblos sometidos o conquistados, así exigirlos los tributos que correspondían. (Del Rio, 2009)

2.2.1. Definición de Presupuesto

En su forma general, el presupuesto de un negocio u empresa en forma general es un plan de acción que está dirigido para cumplir una meta determinada prevista, esta expresada en términos financieros que, debe cumplirse en un determinado tiempo. (Burbano, J & Ortiz, A. 2013).

Lo definen también como la presentación que está en forma ordenada los resultados proyectados o previstos que puede estar en un plan, proyecto o política. (Del Rio, C. 2015). Tiene mucha importancia y es relevante ya que nos permite definir, a seguir o implementar políticas, nos facilita para una buena toma de decisiones; basadas en resultado o estudios previos y en conclusiones bien definidas y muy razonadas. (Kafury, M. 2015).

2.2.2. Importancia del Presupuesto

El presupuesto es una fracción del planeamiento financiero de una empresa u organización. Estos son claves para hacer seguimiento de cumplimiento con los objetivos de la organización de la empresa.

Su principal objetivo del presupuesto es dar o brindar a la empresa u organización una visión financiera actualizada que va a facilitar una buena toma de decisiones y que fomente el desarrollo o crecimiento de la empresa.

2.2.3. Ventajas del Presupuestos

Elaborar un presupuesto no es una tarea sencilla y tenerlo no es obligatorio, pero sí es muy recomendable. Tiene algunas ventajas el presupuesto:

- ✓ Dentro del proceso de ventas lo podemos hacer el seguimiento de las finanzas en sus distintas fases.
- ✓ Se puede planificar en base a los objetivos y necesidades de nuestras finanzas.

- ✓ Nos da una tranquilidad o respiro financiero y un margen de respuesta mayor ante imprevistos de índole económico.
- ✓ Nos sirve para planificar los salarios, incrementos y los gastos innecesarios.
- ✓ Es una herramienta valiosísima que nos permite poder ahorrar y generar muchos beneficios.
- ✓ Permite planificar deudas contraídas y futuros gastos que pueden ser fijos.
- ✓ Se puede hacer una buena toma de decisiones de carácter financiero más acertadas.
- ✓ Nos permite disminuir riesgos que son operacionales y de revisar muy a menudo la estrategia y objetivos de la organización u empresa.
- ✓ Es importante porque nos permite controlar a la empresa su financiación y compararnos con las distintas áreas de la misma.
- ✓ Nos ayuda a reducir costos y nos hace más responsable.

2.3. Los Almacenes

Lo definen a los almacenes como centros que están bien estructurados y de buena planificación y que de esta forma nos permita cumplir sus funciones cumpliendo con su fin de instalación.

Están involucrados junto a las equipos o máquinas de almacenamiento, equipos de uso manual o de manipulación, el personal operativo y de gestión, nos permite verificar las diferencias entre las entradas y salidas es decir lo que recibimos de los proveedores o centro de producción, etc. y los flujos de entrada de mercancía (la que se recibe de proveedores, centros de fabricación, etc.) y los de salida (aquella mercancía que se envía a la producción, la venta, etc.). Estos flujos suelen no estar coordinados y esa es una de las razones por las que se precisa definir una óptima logística de almacenamiento. (SAP Business By Design. 2015).

2.3.1. Tipos de Almacenes

En muchas ocasiones, según la actividad productiva del negocio u empresa puede existir tipos de almacén más habituales: de material básico o materias primas, de productos semiacabado, de productos final o terminados, etc.

Todos estos tipos de almacenes, su función está relacionado con las necesidades particulares de funcionamiento y bajo ciertas restricciones o características de cada almacén variando según su entorno o localización.

Actualmente a los almacenes se agrupan según su particularidad o características comunes, que sería la mejor forma o manera de clasificar a los almacenes:

- ✓ **Según la naturaleza del producto;** podemos encontrar almacenes muy especializados para diferentes tipos de productos que pueden ser inflamables, materiales pequeños de recambios o de productos perecederos e inclusive almacenes para uso general, entre muchas otras posibilidades.
- ✓ **El edificio,** hablamos de almacenes que están al aire libre, depósitos, sótanos, naves, y otros almacenes que son de gran altura como cámaras frigoríficas, almacenes autoportantes (lo conforman el armazón las estanterías), etc.
- ✓ **Los que dependen del flujo de materiales,** las instalaciones se pueden agrupar en aquellos productos que están destinados a materia primas, otros componentes o productos semiacabado, para uso de distribución, etc.
- ✓ **Según su localización,** podemos hablar de almacenes centrales, de uso regional, temporal o de tránsito.
- ✓ **Según su mecanización,** intervienes en sus operaciones la mano del hombre ósea son manuales y otra que se apoya de la tecnología que convencionales o automáticos.

2.3.2. Actividades de un Almacén

Dentro de las actividades desarrolladas dentro de un almacén son:

- ✓ Recibir o Recepcionar mercadería o sku.
- ✓ Verificación de la mercancía (documentación ejemplo guía de remisión).
- ✓ Traslado a través de transporte interno (fifo)
- ✓ Almacenaje, resguardo o custodia
- ✓ Picking y consolidación de kg o toneladas de carga.
- ✓ Envío de mercadería.

- ✓ Gestión en el stock, flujos, proyección de demanda, etc., en base al manejo de información.

2.3.3. Elementos que intervienen en un almacén

Dentro de los factores que se toma en cuenta a la hora de hacer un estudio de instalación o montaje de un almacén, primero sería que se va almacenar, que producto o mercadería será, la capacidad de poder albergar, el flujo que seguirá el material, los equipos de almacenamiento, el personal, el tipo de gestión.

2.4. Los Inventarios

A ese conjunto de mercadería, productos, artículos o bienes tangible que posee o se encuentra como existencias que puede ser para su transformación, para su venta u otro uso, que se encuentra en una lista se llama inventario. (Benjamín S. Blanchard. 2012)

En la gestión de almacenes el inventario es una herramienta valiosísima que nos permite controlar los bienes y los recursos de una empresa o negocio. Para el área contable los inventarios son activos del negocio. (Ronald H. Ballou. 2010).

2.4.1. Para que Sirve un Inventario

Un inventario nos sirve para que la toma de decisiones sean las más acertadas en el mundo de los negocios y a partir de ahí crear estrategias del negocio.

Por otro lado, que un inventario no es suficiente para el negocio.

Esta herramienta facilita la diferencia, es decir la falta o el exceso del bien de un negocio.

2.4.2. Características de un Inventario

En supply chain o cadena de suministros hay diferentes tipos de inventario y para su control muchos métodos, sin embargo, hay características o elementos que son esenciales:

- ✓ Nombre del bien inventariado
- ✓ Código para su identificación
- ✓ Su costo

- ✓ Descripción contable detallada
- ✓ Cantidad de bienes de igual características
- ✓ Movimiento de entradas y salidas
- ✓ Condición o estado del bien
- ✓ Es importante también el periodo que se ha hecho su revisión

2.4.3.- Tipos de Inventario

- ✓ **Inventario inicial:** Este informa sobre los bienes, su valor al comienzo del periodo, año o ejercicio contable. Este debe coincidir con el inventario final y del anterior periodo.
- ✓ **Inventario final:** Su cálculo se realiza al final de un año o ejercicio contable que dará a conocer las cantidades de bienes, su valor, con la finalidad de identificar las ganancias o pérdidas del periodo y con presupuestar para el año siguiente.
- ✓ **Inventario Periódico:** Este tipo de inventario se realiza cada determinado tiempo que puede ser semanal como el más corto, mensual, etc. y como el más largo anual.
- ✓ **Inventario Perpetuo o permanente:** Su actualización es automática, es decir se realiza al momento de realización de la transacción que puede ser de entrada o salida.

2.5. Rotación de Inventarios

También se le conoce como tasa de rotación de inventarios, es política en los negocios como control de sus existencias, esta nos indica que tan frecuente una empresa vende, sus productos y descubrir existencia de robos sistemáticos. Esa información ayudará a las gerencias hacer una buena toma decisiones. (John E. Hanke y Dean W. Wichern. 2010).

La rotación de inventario ayudará a los negocios o empresas de entender algunas situaciones, como si:

- ✓ Debe ser ajustado el precio por situación de demanda, escasez, etc.
- ✓ Los requerimientos de compra deben ser alterado o cambiado.
- ✓ Se deben cambiar los volúmenes o cantidades de ventas.

- ✓ Es necesario promocionar para vender los bienes o inventarios

2.5.1. Cálculo de la Tasa de Inventario

Para calcular este KPI, se usa una formula muy sencilla, sumamos toda la mercadería vendida de un determinado periodo y lo dividimos entre el promedio de la mercadería que estuvo disponible en el mismo periodo.

$$Tasa\ de\ Rotacion = \frac{valor\ de\ la\ referencia\ vendida}{valor\ promedio\ de\ las\ existencias}$$

Los resultados que nos arroja, estaremos frente a dos situaciones:

✓ **Productos de Alta Rotación**

Este es un indicador positivo, nos refleja buenas ventas o efervescentes.

Como ejemplo tenemos a la industria de la alta costura y el elegante-informal y al sector de alimentos, que tiene altos índices de rotación de bienes, ya que su renovación es muy frecuente.

Estos inventarios están en contante movimiento y su gestión es muy complejo.

✓ **Productos de Baja Rotación**

Estos tipos de bienes su reposición es lenta, que muchas veces se traducir como exceso de inventarios.

Este tipo de producto en algunas oportunidades acarrea demasiado costo por el almacenamiento, y corren el riesgo de quedar productos obsoletos.

Las empresas para tipo de productos recurren a estrategias comerciales como es el 2 X 1, rebajas, cierra puertas, liquidación de stock.

2.6. Trabajo de Campo

Un equipo de empleados de especialidad realiza esta labor que hacen sus labores fuera de la empresa, con una programación semanal de visitas de campo.

Su función va a depender de los servicios que ofrezca la empresa que puede en siembra o post cosecha.

2.6.1. Como Mejorar la Gestión del Equipo de Campo

Para el éxito de una buena gestión, para el equipo de campo, no hay formula algunas solamente recomendaciones para su éxito.

Podemos mencionar lo siguiente:

- ✓ **La distribución de las tareas debe ser lo más optimizar:** La prioridad número uno de un jefe de equipo dedicados al campo, es saber distribuir equitativamente las tareas de campo, haciendo este objetivamente lograremos un equipo comprometido, logrando mejores resultados. Cumpliendo para este fin el planificador que es apoyo del líder o jefe del equipo.
- ✓ **Mantener al Equipo Motivado:** El líder tiene que crear un entorno saludable para el trabajo, motivador y dispuesto a seguir los lineamientos de la empresa, es decir perseguir objetivos comunes o colectivos.
- ✓ **Formación o Capacitación Constante:** Conocedores que los negocios se enfrentan a situaciones de competencia abrumadora y con unos clientes muy exigentes unos más que otros. Es necesario que las empresas creen un entorno de constante aprendizaje para sus colaboradores y de esta manera permita desarrollar nuevas habilidades en el mundo de las ventas.
- ✓ **Debemos trabajar con plazos:** A la hora de hacer la distribución de tareas es necesario que el equipo preste atención a los plazos establecidos, esto permitirá que funciones lo programado y por ende mejorar la productividad.
- ✓ **Reuniones de trabajo periódicas:** Para el negocio la comunicación es muy fundamental, la organización debe implementar como política reuniones

periódicas con todo el equipo de trabajo. Los temas a abordar son variados, pero podría ser como hablar de plazos, sobre metas, de actualizaciones, etc.

2.7. Los Recursos Logísticos

Los medios materiales y la parte humana del que disponen las empresas son los llamados recursos logísticos, con esto se logra cubrir necesidades de las actividades de los almacenes y sus labores conexas que se han previsto para una buena gestión logística (Ronald H. Ballou. 2010).

Estas actividades tienen que desarrollarse de una manera que sea cómoda, ágil y efectiva debido a los recursos que están disponibles, o que han sido previstos por la jefatura o por gestores logísticos.

2.7.1. Recursos Materiales Físicos

Toda la maquinaria, sistemas mecánicos, herramientas que nos sirven para mejorar trabajos específicos son los llamados recursos materiales.

Con ello podemos lograr también trabajos complementarios como la carga y descarga, la estiba y desestiba del producto, etc. Se toma en cuenta también el tipo de mercadería que pueden tener sistemas de seguridad y control como precinto, código de barras, código QR, etc.

Junto a ellos también se cuenta a la infraestructuras e instalaciones.

2.7.2. Recursos o Materiales Virtuales

Los circuitos cerrados de TV que son de vigilancia para la seguridad, sistemas de monitorización, sistemas de apilamiento, la lectura de códigos, sistema para prevenir riesgos, posición geográfica son los llamados recursos virtuales.

2.7.3. Recursos Humanos

En toda actividad de índole económica, que puede ser productiva o de servicio, hay un elemento clave que es esencial como es el factor humano porque su desempeño puede ser físico o intelectual.

El factor humano es primordial en esta actividad porque su labor abarca tanto física o intelectual que es necesario para hacer funcionar el negocio.

También es deseable que en todo momento halla personal comprometido, para así lograr coberturar el servicio.

2.7.4. Características de los Recursos

Son los siguientes:

- ✓ **Disponibilidad o de accesibilidad:** Los recursos son escasos, casi siempre no podemos disponerlos al momento y en lugar que se requiere, el encargado siempre tiene buscar alternativas de solución o prescindir de ello.
- ✓ **Medios disponibles de calidad:** Pudiendo no ser deseada y esto puede afectar el servicio o los servicios prestados que están previstos como meta.
- ✓ **Costo por disponer ciertos determinados recursos:** Lo determina las finanzas de la empresa, que según su valor lo pondrá en el orden de prioridades, motivando arrendar, contratar o subcontratar.

2.8. Cumplimiento de Objetivos o Metas Establecidas en Ventas

En la actualidad una empresa sin metas claras, es un tipo de empresa que no tiene claro su horizonte es decir no sabe hacia donde se está dirigiendo.

En este mercado cambiante que es actualmente puede significar el fracaso total de la empresa, es recomendable alinear a los equipos de trabajo con los objetivos del negocio y esto planificado de modo que sea alcanzable

El logro de un resultado comercial planificado es llamado metas de ventas.

Como ejemplo sería, convertirse en una gran empresa del sector, para eso se traza los objetivos e indicadores para su seguimiento respectivo. (Andrés F. Combita & Aura C. Castro.2013).

2.8.1. Tipo de Objetivos de Ventas

- ✓ **Objetivos de Rentabilidad:** Este objetivo busca obtener el mayor margen de ganancia para el negocio, se logra estableciendo metas que sean común respecto a la rentabilidad del negocio.

Permite establecer un punto de equilibrio entre lo invertido y la utilidad que esta genera para un plazo determinado.

- ✓ **Volumen de Ventas:** Con la rentabilidad, el otro objetivo de un plan de ventas es el volumen de ventas.

El volumen de ventas es otro objetivo que está orientado a lograr la mayor venta posible de productos o bienes, como ejemplo lo podríamos tomar al sector retail.

Los expertos en marketing enseñan, que las ventas orientadas a volúmenes reducen los márgenes de ganancias en favor de obtener un mayor movimiento de productos.

- ✓ **La cuota de mercado:** La cuota de mercado está estrechamente relacionado con el volumen de ventas, su objetivo es aumentar el porcentaje de introducción en un mercado específico, para esto tenemos a un gran aliado del mundo moderno como es el plan de marketing digital, que va de la mano con estrategias modernas.

- ✓ **La Fidelización:** Para cumplir con este objetivo, de mantener aquellos clientes fieles actuales, ofreciendo ofertas, servicios que motiven a ser clientes nuestros o algo diferente que marque diferencia para retornar nuevamente como cliente. Hay un KPI clave en la estrategia de ventas que están orientadas a la fidelización es el llamado valor vida del cliente (**LTV**) o **Life Time Value**.

El valor vida del cliente o LTV que no indica la cantidad de ingresos y ganancia que nos podrá generar un cliente para un periodo de tiempo determinado, cuyo objetivo de venta será siempre ir a más o sea incrementarlo.

- ✓ **La Productividad:** La productividad nos permite conocer que tan productivo es el equipo de ventas que nos permita optimizar el trabajo o la labor comercial.

2.8.2. Como definir los objetivos de un plan de ventas

El cómo definir una predicción de metas de ventas nos puede considerar una tarea muy complicada, en el día a día pareciera que tengamos demasiada información del equipo de ventas.

- ✓ **Realizar un Estudio del Proceso de Actual de Ventas:** Las estrategias de venta del equipo comercial es medular, este nos permitirá a desarrollar un nuevo plan de acción de ventas o mejorar la ya existente, así podremos abordar a los clientes de la empresa.
- ✓ **Jerarquizar y/o Priorizar los puntos de Trabajo:** Hecho los análisis del proceso de venta y al haber seleccionado los puntos de inicio o partida, es vital e importante encarar los problemas que puedan o pudiesen afectar los objetivos o los indicadores de rentabilidad, de volumen, de cuota de mercado, de fidelización o de productividad.
- ✓ **Establecer Indicadores Claves para el Proceso de Ventas:** Hecho el análisis y al haber o categorizado los trabajos, es ideal de establecer los kpi o métricas de tal manera que generen rentabilidad en la empresa.

2.9. Las Zonas y Ruta de Ventas

Se denomina zona de venta a un conjunto de clientes potenciales que pueden ser actuales, antiguos que es asignado a un vendedor determinado, pudiendo ser un distribuidor, etc. La zona de ventas tiene algunas características como que tiene que estar localizada en un área de fácil y de rentable cobertura, con límites geográficos bien definidos que facilite la tarea de ponderación y control. (Andrés F. Combita & Aura C. Castro.2013).

2.9.1. Razones que Justifican las Zonas y Rutas de Ventas

Razones que justifican la división:

- ✓ De ofrecer una buena imagen como empresa o negocio muy bien organizado.
- ✓ Permite de aumentar en la fuerza de ventas su efectividad.
- ✓ Porque favorece al negocio cuotas de ventas.
- ✓ Nos asegura una gran cobertura de mercado.
- ✓ Mejora el proceso de ventas como de eliminar la duplicidad de función.
- ✓ En el vendedor establece mejor definición de sus obligaciones.
- ✓ El control y seguimiento es más eficaz.
- ✓ Porque nos permite de hacer planes de expansión.

2.9.2. Como Establecer los Territorios

El objetivo de dividir la zona o territorio en áreas o sectores geográficamente casi iguales que está en función de su potencial y carga de trabajo.

Se ha dicho mucho sobre cómo poner en funcionamiento, lo que si queda claro que esta determinado para un numero de clientes que serán atendidos muy bien y que nos fijara un volumen de ventas, que sea rentable al negocio. En la gestión de ventas existe muchos factores como el tiempo de desplazamiento, la presentación, la negociación, tiempo de espera, paradas o interrupciones, motivos fuertes de cancelaciones, impuntualidad en los cobros, etc.

2.9.3. Estudios de Rutas

La técnica que logra al máximo el aprovechamiento del tiempo de los colaboradores de las ventas, mediante estudios de mejora en los circuitos de traslado o desplazamiento, es el estudio de rutas.

Se entiende como ruta a un conjunto de itinerarios que el colaborador de las ventas a de recorrer para hacer su visita ya sea en forma inter diaria o periódica a unos clientes ya designados. En otras palabras, el estudio de rutas es la predicción y la coordinación, en tiempo, espacio y movimiento de los vendedores. (Andrés F. Combita & Aura C. Castro.2013).

2.9.4. Objetivos de un estudio de Rutas

Los objetivos de un excelente estudio de rutas es el siguiente:

- ✓ Deben aprovechar mejor el tiempo de traslado o desplazamiento.
- ✓ Se debe buscar la rentabilidad del negocio, los kilómetros recorridos muy bien aprovechado.
- ✓ Minimizar o reducir al mínimo gastos inútiles o improductivos.

- ✓ Disminuir o reducir, la fatiga física de los colaboradores o vendedores siempre que sea posible.
- ✓ Lo ideal sería maximizar la cobertura geográfica de los clientes.

2.10. Gestión de Cartera de Clientes

Este es un registro que nos permite poder clasificar y a la vez ordenar a nuestros clientes actuales o potenciales del negocio. Además, nos ayuda a ampliar el panorama del mercado, así como de fidelizar compradores y de buscar nuevas oportunidades en las ventas.

Toda empresa es vital y necesario que tenga una cartera mínima de clientes de tal manera que nos asegure la operatividad. La cartera de cliente, lo podemos decir que es el valor de un negocio. (Linda Pinson. 2003).

2.10.1. Importancia de la Cartera de Clientes

Se ha dicho que la cartera de clientes no solamente es un registro de datos, su importancia radica en:

- ✓ **Mayor Oportunidad de Venta:** Si su uso es manejado correctamente la cartera de clientes, podrá haber nuevas oportunidades de venta ya que los mismos compradores pueden repetir compras en nuevos productos.
- ✓ **Disminución de Costos por adquisición de Clientes:** Con el manejo de datos podremos saber el perfil de los clientes como por ejemplo ubicación, nivel económico, etc.
Esto nos permitirá diseñar campañas de marketing.
- ✓ **Rentabilidad mayor en los Clientes:** A la larga el costo de adquisición es más bajo de un cliente que ya tiene conocimiento sobre el negocio.
A esto lo agregamos que es un cliente compra repetidas veces nuestro producto o requiere de nuestro servicio, significa que es un cliente muy alto o LTV.
- ✓ **Hacer un seguimiento de clientes perdidos:** Nos da la información de hacer un seguimiento de clientes que son considerados perdidos, el cual podemos recuperarlos y en futuro retenerlos.

2.10.2. Como se Construye una Cartera de Clientes

Para diseñar o construir una fidedigna cartera de clientes es vital tomar en cuenta lo siguiente:

- ✓ **Definir quien realmente es de tu interés:** Debemos ser muy exhaustivos con el mercado y nuestro cliente ideal.
- ✓ **Se debe contar con los datos necesarios:** Hay información vital que debemos manejar como por ejemplo nombre completo, dirección física, teléfono móvil, datos de facturación, etc.
- ✓ **Debemos segmentar nichos de potenciales clientes:** Manejar información clasificada, esta nos permitirá brindar atención muy ajustada a sus necesidades.
- ✓ **Ofrecer excelentes propuestas de servicios:** Si no contamos con algo bueno para ofrecer, es en vano crear una cartera de clientes.

Es necesario que antes de iniciar se analice sobre la propuesta que tiene que ser mejor del mercado.

- ✓ **Se debe otorgar atención exclusiva:** Para las ventas la atención es clave y muy fundamental ya que el cliente en todo momento se debe sentir seguro, de ser atendido y a la vez comprendido. Es necesario que la atención sea personalizada y la comunicación sea pieza clave en la empresa u organización.

2.11. Buenas Prácticas Agrícolas

Estas garantizan que, dentro de la cadena productiva, finalizando con el consumidor final que son los compradores de productos alimenticios, que estos productos han sido cultivados, cosechados y comercializados siempre pensando en las personas y el medio ambiente.

Al comprar productos de calidad la mejor prueba es mostrar los registros de las B.P.A que viene controlando el agricultor, al hacer esto lo está poniendo valor agregado a sus productos poniéndolo a la vista de nuevos clientes que siempre buscan calidad y seguridad. Con este tipo de manejo en campo de los alimentos estamos abriendo nuevos mercados de países muy exigentes y así superar sin inconveniente los rigurosos controles sanitarios de estos países. (Ministerio de Agricultura. Agrorural. 2010).

2.11.1. Importancia de las Buenas Prácticas Agrícolas

A este conjunto de procedimientos conocido en la agroexportación como buenas prácticas agrícolas cuyas siglas son BPA, está orientada justamente en garantizar la inocuidad y la calidad de los productos agrícolas.

2.11.2. Ventajas de las B.P.A (Buenas Prácticas Agrícolas)

- ✓ Ahorro en materia prima (semillas, plaguicidas y fertilizantes) y energía redundando en los costos de producción que serán más bajos.
- ✓ Ayuda a mejorar y proteger la salud de los trabajadores y la de su familia.
- ✓ Ayuda a proteger la seguridad de su familia y su medioambiente.
- ✓ Mejora de los productos y su forma de procesamiento. Mejora el control sobre ellos; porque ahora se sabe bien como se produce, qué lo aplicamos, y lo mejor de todo, es que esta registrado.
- ✓ Hay mejor producción de leche y carne porque los animales crecen sanos y fuertes.
- ✓ Crece las posibilidades de vender los productos a nuevos mercados, dentro o fuera del Perú.
- ✓ Se puede diferenciar los productos, que cumplen normas de los que no lo hacen.

2.11.3. Mantenimiento de los Registros

Los registros usados como evidencia de la implementación de las BPA, es la base para cumplir con la trazabilidad y para cada actividad deberán existir registros específicos.

Estos registros respaldan los códigos de trazabilidad colocado en cada caja y la información debe estar referida a cada fundo, parcela o lote donde se está cultivando.

Para un manejo ordenado de estos registros hay un responsable que puede recaer en el jefe de la familia, si la situación amerita se puede contratar a un técnico quien se encargara de revisar el llenado de los datos, visar o firmar el documento en cada visita.

CAPITULO III. Empresa Agromen Group S.A.C

3.1. Datos Generales

AGROMEN GROUP S.A.C, inicia sus operaciones de venta de productos agroquímicos en la ciudad de Chimbote hace mas 40 años como AGROPECUARIA MENACHO E.I.R.L., de capitales peruanos, específicamente Chimbote, se dedica a la comercialización de productos agroquímicos de producción nacional y extranjera que cumplen alto estándares de calidad. Ya en el año 2010 se crea AGROMEN GROUP S.A.C., con sucursales en la Ciudades de Barranca, Huarney, Casma, Chimbote, Santa y Virú, ubicados estratégicamente.

3.2. Nombre o Razón Social de la Empresa

Nombre: AGROMEN GROUP S.A.C.

Nombre Comercial: Agromen SAC

Numero de RUC: 20478086696

Tipo de Contribuyente: Sociedad Anónima Cerrada

CIU: 51212

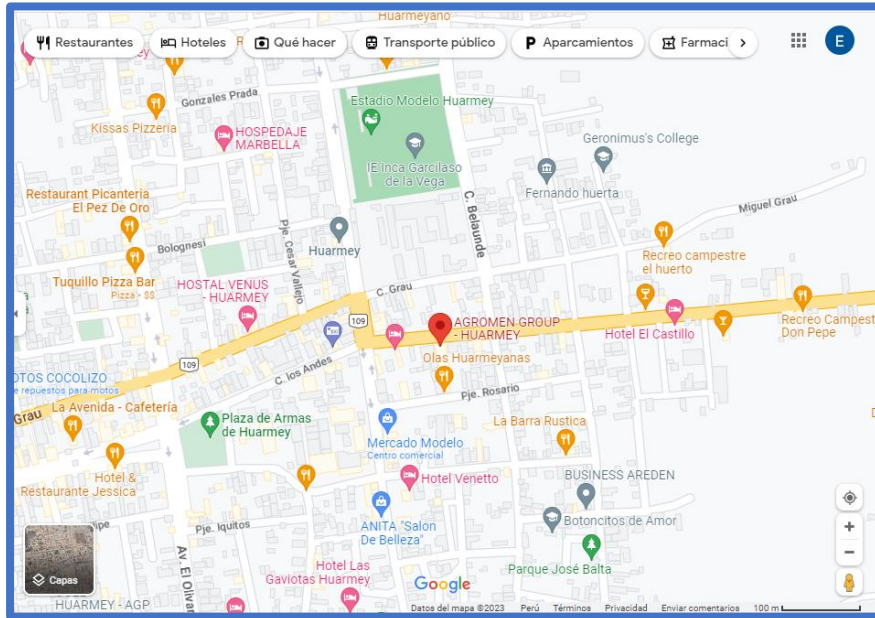
3.3. Ubicación de la Empresa

Una de las sedes de AGROMEN GROUP S.A.C, se encuentra ubicado en la Provincia de Huarney en la siguiente dirección.

Dirección: Av. Aija No 198 – Huarney – Huarney - Ancash

Teléfono: 043-400522

Fig. 01. Ubicación Geográfica de la Empresa Agromen Group S.A.C
Sede Ciudad de Huarney



Fuente: Google Maps Elaboración Propia

3.4. Tamaño de la Empresa Agromen Group S.A.C

Por el número de trabajadores que se tiene en cuenta Agromen Group S.A.C. se sitúa por encima de una pequeña empresa y está por debajo de una gran empresa, como no hay un estándar en donde ubicarlo, se le puede considerar como Mediana Empresa. Agromen Group S.A.C en la actualidad cuenta algo más de 30 colaboradores distribuidos en el Departamento de Ancash, Lima y la Libertad.

En Chimbote, desde su fundación se ubica la sede principal, ubicación que geográficamente nos permite de abastecer de insumos o mercadería al resto de tiendas que son nuestras sucursales.

CUADRO No 02. Sucursales de Agromen Group S.A.C

SUCURSAL	DIRECCION	PROVINCIA	DEPARTAMENTO
Principal	Jr. Francisco Pizarro No 728	Santa	Ancash
Sucursal 1	Av. José Gálvez No 885 Urb. Bolívar Bajo	Santa	Ancash
Sucursal 2	Jr. Marañón No 201. Casco Urbano - Santa	Santa	Ancash
Sucursal 3	Av. Luis Ormeño Lt. 5 Mza. R1. Casco Urbano	Casma	Ancash
Sucursal 4	Av. Aija No 196-198. Casco Urbano	Huarmey	Ancash
Sucursal 5	Av. Ricardo Palma No 120. Urb. Palermo	Trujillo	La Libertad
Sucursal 6	Av. Víctor Raúl No 357	Viru	La Libertad
Sucursal 7	Calle José Olaya No 222	Barranca	Lima

Fuente: Agromen Group S.A.C.

Elaboración Propia

3.5. Estructura Organizacional

3.5.1. Áreas Funcionales

Las áreas funcionales que constituye la Empresa son la Gerencia General, encargada de la dirección de la Empresa, el área de logística encarga del requerimiento y la reposición de stock, el área administrativa encargada de los recursos humanos y la política administrativa, el área contable elabora los registros contables y estados financieros, referentes a los recursos económicos, el área de ventas y asesoramiento técnico responsable de mantener las buenas relaciones entre la empresa y sus clientes o público objetivo.

3.5.2. Gerencia General

La gerencia General tiene como función principal administrar y dirigir la operatividad del Grupo, en función a las políticas y lineamientos establecidos por la organización, tiene la representación legal y comercial que está amparado en la Ley General de Sociedades y en el Estatuto Social de Creación de la Empresa. Pudiendo cumplir otras funciones que le confiera o delegue el Directorio.

3.5.3. Encargado de Tienda

Tienen como misión, que son los responsables del buen funcionamiento de las tiendas (sedes) de acuerdo con la normativa laboral, contable, ambiental y el manejo de buenas prácticas agrícolas para la exportación y los lineamientos del Grupo.

Dentro de sus funciones comerciales están de elaborar el presupuesto anual, hacer los inventarios de dar un buen servicio al cliente. Los encargados de tienda, cumplen también la misión de hacer seguimiento del desempeño de los colaboradores, asegurando que los objetivos trazados por el grupo se cumplan.

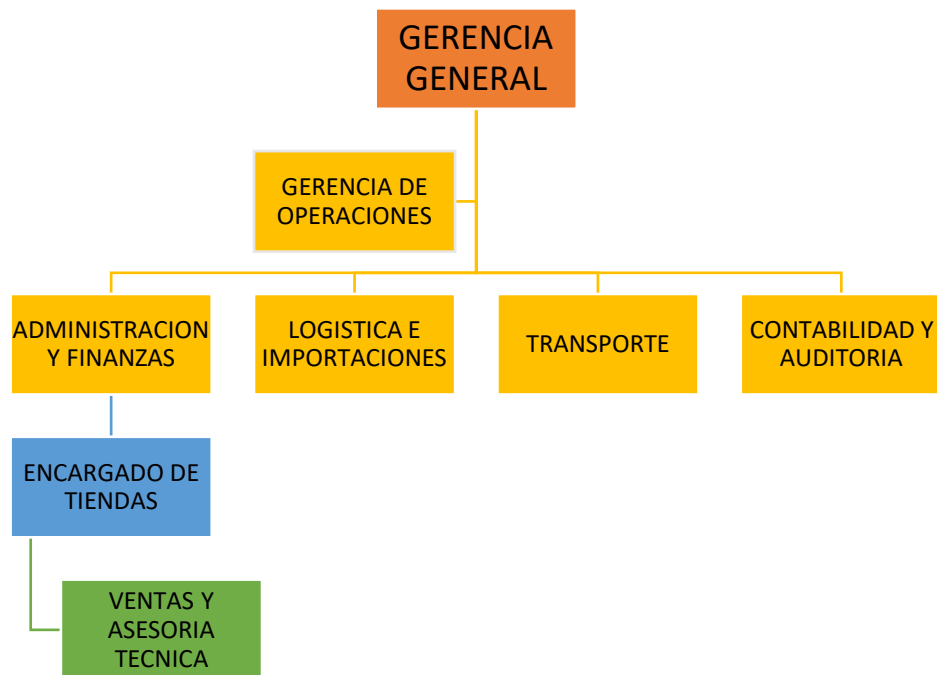
Dentro de las funciones están:

- ✓ De gestionar íntegramente la sede o tienda.
- ✓ Que el presupuesto de ventas elaborado cumpla su misión.
- ✓ Validar la recepción de la mercadería.
- ✓ Tener en óptimas condiciones y operatividad del local.

- ✓ Tener el control del stock y tener el inventario sin diferencias.
- ✓ Verificar los pedidos y los repartos si el caso amerita.
- ✓ Control diario del flujo de caja.
- ✓ Está capacitado de garantizar política implementada de atención al cliente.
- ✓ Organizar campañas y estrategias de ventas.

3.6. Organización de la Empresa

La empresa se organiza básicamente dirigido por un gerente general, gerencia de operaciones, administración y finanzas, logística e importaciones, transporte, contabilidad y auditoría. Las sucursales a cargo de un encargado de tienda dependen directamente del área de administración y finanzas.



3.7. Visión y Misión de la Empresa Agromen Group S.A.C

3.7.1. Visión: “Ser un grupo líder de negocios y servicios con insumos para la agricultura para la región norte y con proyección nacional”

3.7.2. Misión:

- ✓ Capaz de crear valor, con productos y soluciones integrales para la protección de la siembra.
- ✓ Dar asistencia técnica con profesionales a los agricultores no abandonando la siembra y la postcosecha.
- ✓ Ser promotores en el cuidado del medio ambiente, ofertando al agricultor insumos o productos innovadores biológicos y orgánicos.

3.8. Objetivos Estratégicos

- ✓ Fortalecer presencia en el norte del país incrementando sus ventas locales.
- ✓ Consolidar el know how de los principales procesos de producción de la zona.
- ✓ Mejorar la satisfacción laboral de los trabajadores.
- ✓ Ser reconocidos como la empresa líder en satisfacción de clientes.

3.9. Insumos Agroquímicos

Los productos que vende Agromen Group S.A.C. están conformados por catorce tipos de productos que se muestran en el siguiente cuadro.

Cuadro No 3. Tipo de Insumos Agroquímicos

TIPO DE PRODUCTO
Fertilizantes
Fungicida
Adherente
Abono Foliar
Herbicida
Insecticida
Regulador de crecimiento
Bioestimulante Orgánico
Ferohormonas
Nematicida
Acaricida
Bio-Fertilizantes
Crecimiento
Adherente - Humectante

Fuente: Elaboración Propia. 2023

CAPITULO IV. DESARROLLO DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL

4.1. Encargado de Tienda

La Empresa AGROMEN GROUP, debido a su crecimiento y expansión desde el año 2001, abre una sucursal en la Provincia de Huarney que esta administrado por un Encargado de Tienda, que está bajo la orden de un jefe de Administración y Finanzas.

El Encargado de la tienda, es el responsable del optimo funcionamiento de la tienda (sedes), que vaya de la mano con la normativa laboral, contable, ambiental y el manejo de buenas prácticas de exportación y la política del negocio o empresa.

4.2. Período de Trabajo

El presente informe por Experiencia Profesional, resume la experiencia obtenida como Encargado de Tienda en la Empresa “AGROMEN GROUP S.A.C” (Agromen) desde el año 2010 hasta a la actualidad en la Ciudad de Huarney.

4.3. Zona de Trabajo

La labor de trabajo como Encargado de Tienda se realizó en la Provincia de Huarney, que abarca los distritos, Culebras, Huayan, Malvas, Cochapeti y Huarney, que cubre valle agrícolas e irrigaciones.

Fig. 02. Zona de Trabajo y Recorrido en la Provincia de Huarmey



Fuente: es.weather-forecast.com/locations/Huarmey/forecast/latest

4.4. Desarrollo del Desempeño Laboral

Cuadro No 4. Esquema de Desarrollo del Desempeño Laboral

DESARROLLO DEL DESEMPEÑO LABORAL		
DESEMPEÑO ADMINISTRATIVO	DESEMPEÑO EN VENTAS	DESEMPEÑO EN ASISTENCIA TÉCNICA
<ol style="list-style-type: none">1. Manejo de indicadores de gestión.2. Manejo de Presupuestos.3. Manejo de Almacenes.4. Inventarios5. Rotación de insumos.6. Dirección de las actividades del personal de campo.7. Administración de los recursos logísticos a cargo.	<ol style="list-style-type: none">1. Cumplimiento de las metas establecidas en los planes de ventas.2. Planificación de ruta de ventas3. Administración de la Cartera de Clientes del lugar.	<ol style="list-style-type: none">1. Desarrollo de las visitas a campo.2. Desarrollo de Buenas Agrícolas en el asesoramiento técnico de productos de exportación.3. Criterios de evaluación en campo.4. Caracterización de la zona de trabajo.

Fuente: Elaboración propia. 2023

A continuación, detallo el desarrollo de la experiencia profesional.

4.4.1. Desempeño Administrativo

El desempeño, dentro de la gestión administrativa es una herramienta clave en el crecimiento de la empresa, su buen manejo en la gestión administrativa, es decir ser eficiente, nos permitirá hacer una buena toma de decisiones así poder alcanzar o lograr los objetivos trazados por la organización.

Dentro de las labores de trabajo en el desempeño administrativo se destaca las funciones.

4.4.1.1. Manejo de Indicadores de Gestión

AGROMEN GROUP S.A.C en el área de ventas tiene los siguientes indicadores:

- ✓ **Indicador I. Clientes nuevos por mes;** para AGROMEN GROUP S.A.C. este indicador es el que nos mide la cantidad de clientes nuevos con respecto al total de clientes del negocio.
- ✓ **Indicador II. Facturación;** para AGROMEN GROUP hablar sobre facturación no es igual o parecerse a las ventas, si tenemos una facturación baja, este indicador nos dice que no estamos atendiendo al público objetivo, este indicador también nos visualiza las temporadas o campañas altas y cuáles son las bajas, es aquí donde podemos ajustar estrategias de ventas.
- ✓ **Clientes perdidos vs. clientes nuevos**

Agromen Group S.A.C, lo tiene bien claro que los clientes se van y luego vienen, como que también es cierto que el mayor sacrificio se debe apuntar en recuperar o sumar clientes que confían en AGROMEN GROUP S.A.C.

Para AGROMEN GROUP S.A.C suena evidente, si se tiene mayor cantidad el número de clientes, esto significa que el equipo de ventas esta trabajando bien o está teniendo un buen desempeño, al contrario, sería, si el número de clientes que se pierde va cuesta arriba, se tiene analizar en que estamos fallando para realizar los ajustes necesarios.

4.4.1.2. Manejo de Presupuestos

Siendo el presupuesto para AGROMEN GROUP, una herramienta muy útil para el control del dinero, lo tiene identificado todos sus ingresos de cada mes y donde proviene.

También lo tenemos identificado los gastos, como los gastos fijos y gastos variables.

4.4.1.3. Manejo de Almacenes

Para AGROMEN GROUP, el manejo de los almacenes recae en un proceso logístico que se inicia con la recepción de insumos o mercadería, luego pasa a el almacenamiento y traslado o movimiento de insumos que están dentro del almacén hasta el sitio o lugar de entrega.

El manejo de los almacenes, está conformado por tres etapas.

- La planificación y organización, es estratégico, porque esto tiene mucho que ver con el diseño, montaje y almacenamiento en la distribución de los espacios, ubicación, tamaño y layout.
- El encargado de tienda, se encarga de la recepción de la mercadería o insumos, su depósito y movimiento de insumos.
- En el control en el manejo del almacén, que se extiende desde la recepción, almacenamiento y movimiento de insumos.

4.4.1.4. Inventarios

Para AGROMEN GROUP, el inventario son las existencias de los insumos, que lo tiene como lineamiento dentro de sus políticas y los controles que están para vigilar el nivel de los inventarios y así determinar si es necesario mantenerlo o reabastecerlo.

Los inventarios de almacenes de insumos lo comprenden muchas operaciones que son necesarias o útiles que nos permite mantener, estar en custodia y de suministrar los insumos son requerido para los clientes.

Estas operaciones corresponden a actividades como manipulación de los insumos para su atención según pedido, traslado que es interno o externo, picking de los pedidos, y por último reposición de las existencias.

En el inventario están involucradas dos actividades

- Determinación de las existencias, que se refiere a todos los procesos necesarios para consolidar las existencias físicas de los insumos.
- Para el análisis de los inventarios, se refiere a los análisis de demanda o pronóstico de venta así establecer si es necesario las existencias o son la que deberíamos tener en nuestros almacenes.

4.4.1.5. Rotación de los Insumos

Para AGROMEN GROUP, la rotación de insumos está vinculada con la competencia y la calidad, ya que cuanto más rápido es la rotación de insumos, el retorno será mejor para la empresa o negocio. También nos indica con cuanta frecuencia se vende un insumo en particular o la totalidad del inventario, ya sea que venda rápido o lento. Conocer es factor nos ayuda en la toma de decisiones y entender el negocio.

4.4.1.6. Dirección de actividades del personal de campo

En AGROMEN GROUP, hacer el seguimiento real, las labores de campo programadas día a día, nos permite a la empresa garantizar que los planes de trabajo del personal que labora de manera externa se ejecuten con efectividad y profesionalismo; se trata de asegurar que las actividades que efectúan los empleados fuera de las instalaciones de la compañía las hagan sin interrupciones, ya que los resultados tienen que ser eficientes y resolviendo problemas y contingencias no planeadas.

4.4.1.7. Administración de los recursos logísticos

Para AGROMEN GROUP, los recursos logísticos que son medios materiales y humanos con la que dispone la empresa, cubre la necesidad.

- ✓ **Junto con las infraestructuras;** contamos con elementos que son auxiliares y otros que son complementarios para las operaciones de carga y descarga, estiba y desestiba de los insumos, se toma cuenta el tipo de insumo. Unidades de entrega de productos o insumos en campo y vistas de campo.

- ✓ **Recursos virtuales;** contamos con programas informáticos en continua actualización para cubrir nuestra necesidad de eficiencia, tiempo y costos logísticos en general.
- ✓ **Recursos humanos;** sin duda para cualquier actividad económica, el factor humano es esencial, contamos con personal idóneo, conocedores del sector y personal de estiba y desestiba tercerizado muy responsable que conoce el layout de nuestro almacén.

4.4.2. Desempeño en Ventas

Para AGROMEN GROUP, la fuerza de ventas en la empresa, es la que se encarga de suministrar, animar o estimular y de mantener la demanda de los insumos o producto y los servicios que ofrece la empresa. Esto incluye al personal técnico y profesional de ventas y a los recursos que utilizan qué sirve para captar, mantener o fidelizar a los clientes.

Para este fin la empresa maneja indicadores.

4.4.2.1. Cumplimiento de metas establecidas

Para AGROMEN GROUP, como todo negocio que su crecimiento se debe a las ventas, y en toda venta siempre existe las metas de ventas estas actúan como norte para el equipo de ventas su fin es alcanzarlos porque es el objetivo estipulado.

Esto es una estrategia en las ventas que establece los medios y plazos que son asumidos para obtener los resultados.

La Gerencia y el Encargado de tienda establecen metas realistas y no sobrecarga a los vendedores, para esto se tiene conocer el mercado, el tipo de cultivo, oferta y demanda que fundamenta las decisiones.

4.4.2.2. Planificación de ruta de ventas

Para AGROMEN GROUP, la principal tarea para los encargados de ventas es hacer seguimiento a las ventas, intentando que sea productivo.

Tenemos que planificar la actividad que nos exige dedicación.

Tenemos una recopilación detallada de clientes, que nos permite conocer con exactitud el universo de clientes y así poder medir el tiempo en las visitas, direcciones, teléfonos, que

nos servirá de base de datos. De esta manera tenemos la posibilidad de hacer revisiones periódicas de servicio al cliente, atender quejas o reclamos.

4.4.2.3. La Gestión de la Cartera de Clientes de la zona.

Para AGROMEN GROUP, la famosa cartera de clientes que no es más que un registro ordenado y clasificado de los clientes de la Empresa, pero que a su vez es una herramienta muy útil para nuestro trabajo, porque permite aprovechar y para dinamizar las tareas de fidelización.

4.4.3. Desempeño en Asistencia Técnica

4.4.3.1. Desarrollo de las visitas a campo.

Para AGROMEN GROUP, es un servicio muy especializado de seguimiento, asesoría y para algunos casos de entrenamiento al trabajador agropecuario es decir trabajo en el campo, que puede ser durante el proceso productivo, con intención de cooperar en el desarrollo y mejorar su rentabilidad de su parcela o negocio.

Estos trabajos que son complementarios no remunerado, es importante para el productor agropecuario porque se brinda nuevos conocimientos y mejora de prácticas que ayudan a incrementar la producción.

4.4.3.2. Desarrollo de Buenas Practica Agrícolas en el asesoramiento técnico de productos de exportación.

AGROMEN GROUP, no es ajeno al boom agroexportador en el Perú y la expectativa del sector agroexportador en el Valle de Huarmey es notorio.

Las exigencias del mercado han obligado a los agroexportadores a implementar las Buenas Prácticas de Agrícolas dentro de su cadena de producción, procesamiento y transporte de los alimentos, que asegura al consumidor final la inocuidad y calidad de los productos.

En una primera instancia AGROMEN GROUP S.A.C, asesora a los pequeños y medianos agricultores como deben implementar los lineamientos de carácter obligatorio y de cumplimiento que son las Buenas Prácticas de Producción e Higiene de la siguiente forma:

- ✓ **Con el Manejo del Cultivo**
 - Historial del uso
 - Selección del terreno
 - Preparación y labores del terreno
 - Manejo de podas

- ✓ **Con el Uso y Manejo de Fertilizantes**
 - Para los fertilizantes: Uso, manejo y aplicación
 - Para los fertilizantes orgánicos: uso

- ✓ **Uso y Manejo de Plaguicidas**
 - Manejo en el control de las plagas
 - Control Biológico: Uso y manejo de agentes
 - Elección, uso y manejo de plaguicidas
 - Equipos de aplicación de plaguicidas
 - Manejo de envases vacíos y productos caducados
 - Transporte de plaguicidas

- ✓ **Manejo del Control del agua**
 - Requisitos mínimos en el manejo y control del agua para siembra.

- ✓ **Manejo de la cosecha y post cosecha**
 - Para la cosecha, selección y la calidad

- ✓ **Salud, Seguridad y bienestar de los trabajadores**
 - El agua que base del consumo humano

- ✓ **Instalaciones**
 - Tener almacén de insumos químicos
 - Poseer letrinas o instalaciones sanitarias
 - Poseer áreas destinadas al bienestar del agricultor

- ✓ **Conservación del medio ambiente**
 - Gestión y conservación de los recursos naturales
 - gestión de desechos y agentes contaminantes

- ✓ **Trazabilidad, rastreabilidad y registros**

- Trazabilidad, seguimiento o rastreabilidad
- Registros

4.4.3.3. Criterios de Evaluación en Campo.

Para AGROMEN GROUP S.A.C, el criterio de evaluar el estado de un sistema de cultivo significa identificar, determinar o establecer las potencialidades y las limitaciones nutricionales, fitosanitarias y ambientales presentes para la producción de esa unidad agrícola o parcela.

En la Experiencia de evaluación en campo se considera cinco criterios que permiten la ejecución de una buena evaluación: la observación, el análisis, los registros, el conocimiento teórico y la experiencia.

4.4.3.4. Caracterización de la Zona de Trabajo.

Para AGROMEN GROUP S.A.C, la caracterización está en función de los condicionantes físicos ambientales que presenta un espacio natural. El asesor y su asesorado elige la mejor manera de cultivar para obtener la máxima productividad. Tomándose en cuenta maquinaria, regadío, selección de semilla, etc, Se considera también si es irrigación o valle.

CAPITULO V. CONCLUSIONES

5.1. El estudiante de Ingeniería Agroindustrial que termina sus estudios en las aulas universitarias, consolida sus conocimientos adquiridos en el campo laboral y adquiere gran experiencia en el día a día a través de trabajo desarrollado en el área en la que se desenvuelve.

5.2. El profesional Agroindustrial, a través de sus conocimientos y de la experiencia laboral puede ocupar cargos relacionados a la Comercialización y Ventas de insumos agroquímicos.

5.4. El profesional en Ingeniería Agroindustrial está en la capacidad de aplicar conocimientos de comercialización, marketing y proyectos en la solución de problemas comerciales local y nacional.

5.5. Mi plan curricular me favoreció tremendamente en mi desempeño laboral, porque transferimos conocimiento y tecnología en las ventas y post venta.

CAPITULO VI. RECOMENDACIONES

6.1. Al contribuir con el agricultor en la mejora de la producción y productividad de su cultivo es la misión de la empresa porque el agricultor es la carta de presentación más eficaz para hacer más ventas, es por esto que la empresa debe mantener esta consigna para que alcance sus objetivos trazados, ampliando el mercado y por consiguiente la empresa mantiene su liderazgo en nutrición y fertilización vegetal.

6.2. De acuerdo al éxito del negocio, la empresa Agromen Group S.A.C. debe ampliar o expandir su portafolio con nuevos insumos agroquímicos, con la finalidad de poder aprovechar al máximo la fuerza de ventas y buen soporte técnico así de esta manera aumentar sus ventas y generar mayor rentabilidad a la empresa.

6.3. Recomiendo realizar alianzas estratégicas con cadenas productivas con empresas dedicadas a la agroexportación de productos como espárragos, paltos, mango entre otros; ya que estas empresas ofrecen y suministran insumos agrícolas y sistemas de riego a los agricultores y asociaciones, previo contrato de venta del cultivo a la cosecha.

CAPITULO VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

7.1. Andrés F. Combita & Aura C. Castro (2013). Fundamentos de Marketing. Universidad Nacional de Colombia.

7.2. Benjamín S. Blanchard (2012). Ingeniería Logística. ISDEFE.

7.3. Burbano J. & Ortiz A. (1995). Los Presupuestos. Mc-Graw Hill

7.4. Del Rio C. (2009). El Presupuesto. Cenage Learning

7.5. Jesús M. Beltrán (2015). Indicadores de Gestión.

7.6. Kafury, M. (1996). Administración Financiera. Bogotá. Universidad Externado de Colombia. México. Cenage Learning

7.7. Linda Pinson (2003). Anatomía de un Plan de Negocios. Edición eLibro.

7.8. Ministerio de Agricultura. Agrorural. (2010). Manual Técnico de Buenas Prácticas Agrícolas en el Cultivo del Palto. PRONAMACHCS.

7.9. Ronald H. Ballou (2010). Logística. Administración de la Cadena de Suministros.

7.10. SAP Business Bydesign (2015). Planificación y Control de Cadena Logística.

7.11. Páginas Web Visitadas:

<https://www.aulafacil.com/cursos/organizacion/indicadores-de-gestion/clasificacion-de-los-indicadores-137755>

https://cincodias.elpais.com/cincodias/2014/10/14/recursos_pyme/1413276115_966011.html

ANEXOS

AGROMEN GROUP S.A.C

Sucursal Huarmey



VISITAS DE CAMPO

Cultivo de Cebolla



Cultivo de Espárragos





Cultivos de Palta





Entrega de Insumos en Campo



Almacenes







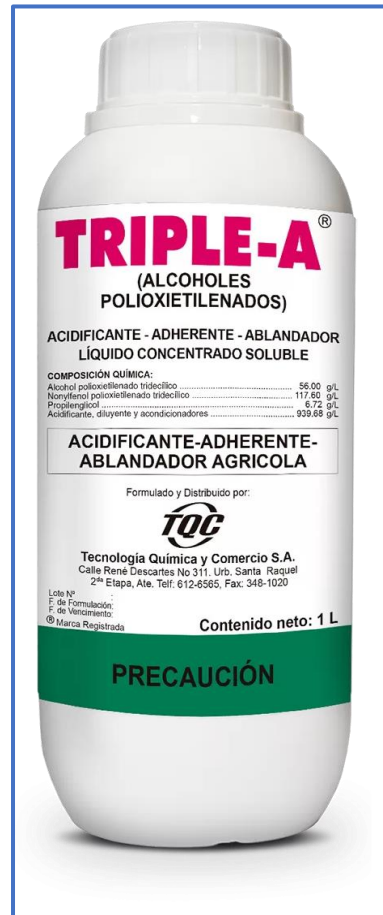


TIPOS DE PRODUCTOS

Fungicida



Adherente



Abono Foliar



Regulador de crecimiento



Bioestimulante Orgánico



Biofertilizante



Insumos de Alta Rotación

Fertilizantes

Urea

Uno de los fertilizantes más concentrados en N (46%) es la urea y es el más económico en el mercado peruano. Viene en presentación en la modalidad granulada y el tipo perlado, siendo uso para fertirrigación para aplicación directa al suelo. Es muy soluble en agua y muy a menudo lo usan en formulaciones líquidas. Su alta solubilidad lo hace tan popular para inyectarla en riego localizado. Lo clasifican como fuente amoniacal y por lo tanto, su uso continuo tiende a acidificar el suelo.



Sulfato de Amonio

Este es un fertilizante químico de uso agrícola en el Perú, se lo conoce también como sulfato amónico. Lo constituye una sal en base de una reacción entre amoníaco y ácido sulfúrico, es utilizado en cultivos grandes como en pequeños. Se encuentra en el mercado en forma de cristales o gránulos de color variado como es el blanco o beige.

Tiene un contenido de:

N: 21%

S: 4%

Este abono es de doble acción porque aporta dos macronutrientes que sumado al contenido de azufre favorece condiciones físicas y químicas los terrenos agrícolas. .



Nitrato de Amonio

Es muy utilizado, este fertilizante proporciona la mitad de N en forma de nitrato y la otra en forma de amonio. La forma nitrato se desplaza fácilmente por las raíces, donde está utilizable para las plantas, la parte de amonio es asimilada por las raíces o es convertida lentamente a nitrato por los microorganismos del suelo.

