T
657
I41

TC-05

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA AMAZONÍA PERUANA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS

EXAMEN DE EXPERIENCIA PROFESIONAL

INFORME TÉCNICO DE EXPERIENCIA PROFESIONAL REALIZADO EN "GESTIÓN DE LA EMPRESA INDIVIDUAL "COMERCIAL AVIR" GERENTE PROPIETARIA"

Presentado por la Bachiller en Ciencias Contables
Azucena Del Valle Iman Ríos

Para optar el Título Profesional
de Contadora Pública

JURADO

CPC. JESÚS RAMIREZ ENRIQUE
Presidente
Nº 066

Facultad de Ciencias Económicas y de Negocios
Centro de Información y Biblioteca Especializada
UNAP
00330

CPC. LENER TUESTA CARDENAS
Miembro
Nº 10-180

LIC. ADM. VICTOR REATEGUI PAREDES
Miembro
Nº 01966

ACTA DE SUSTENTACION DE EXPERIENCIA PROFESIONAL

En la ciudad de Iquitos, siendo las 11:00 am del día 30 del mes de diciembre del 2015, de acuerdo a lo establecido en la Resolución Decanal N° 2372-2015-FACEN-UNAP, se ha constituido en esta Facultad, el Jurado designado mediante **Resolución Decanal N°1213-2015-FACEN-UNAP**, integrado por los docentes **CPC. JESÚS RAMÍREZ ENRIQUE (Presidente), CPC. LENER TUESTA CÁRDENAS (Miembro) y el LIC.ADM. VÍCTOR REÁTEGUI PAREDES (Miembro)**, para proceder al Acto Académico de Sustentación del Informe Técnico de Experiencia Profesional realizado en **"GESTIÓN DE LA EMPRESA INDIVIDUAL "COMERCIAL AVIR" GERENTE PROPIETARIA"**, presentado por la Bachiller en Ciencias Contables **AZUCENA DEL VALLE IMÁN RIOS**, para optar el título profesional de **CONTADORA PÚBLICA;**

El acto público fue aperturado por el Presidente del jurado, dándose lectura a la Resolución Decanal que fija la realización de la Sustentación del Informe.

De inmediato se procedió a invitar a la examinada a realizar una breve exposición sobre el tema del informe y posteriormente a los señores del Jurado a formular las preguntas que crean convenientes relacionadas al acto. Luego de un amplio debate y a criterio del Presidente del Jurado, se dió por concluido la sustentación, pasando el Jurado a la evaluación y deliberación correspondiente en privado; concluyendo que la examinada ha sido: APROBADA POR MAYORIA

El Jurado dió a conocer el resultado de la sustentación en ACTO PÚBLICO, siendo las 12:30 pm se dió por terminado el acto académico.

CPC. JESÚS RAMIREZ ENRIQUE
Presidente

CPC. LENER TUESTA CÁRDENAS
Miembro

LIC.ADM. VÍCTOR REÁTEGUI PAREDES
Miembro

Facultad de Ciencias Económicas y de Negocios
SECRETARIA ACADEMICA
UNAP

Facultad de Ciencias Económicas y de Negocios
Oficina de Registro y Servicios Académicos
UNAP

Victor Raúl Reátegui Paredes
SECRETARIO ACADÉMICO
FACEN - UNAP

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a todos los estudiantes de la carrera de contabilidad.

AGRADECIMIENTO Agradezco a Dios Todopoderoso por darme las fuerzas de seguir adelante prestándome la vida y a mis amados padres por brindarme el apoyo necesario en estos años de vida estudiantil.

ÍNDICE

Introducción

CAPITULO I

1. Planteamiento Técnico de Experiencia Profesional Pág. 01

1.1. Objetivos del Informe Técnico Pág. 01
1.2. Justificación Pág. 01
1.3. Vinculación de aspectos teóricos con la experiencia profesional Pág. 01

CAPITULO II

2. Descripción general de la Empresa Individual Comercial AVIR. Pág. 15

2.1. Identificación de la Empresa Individual Comercial AVIR Pág. 15
2.2. La Empresa Individual Comercial AVIR y su macroentorno Pág. 16
2.3. La Empresa Individual Comercial AVIR y su microentorno. Pág. 24
2.4. Estructura comercial de la Empresa Individual Comercial AVIR Pág. 30
2.5. Estructura financiera de la Empresa Individual Comercial AVIR Pág. 35
2.6. Estructura organizacional de la Empresa Individual Comercial AVIR Pág. 37

CAPITULO III

3. Del desempeño profesional Pág. 40

3.1. Contribución del área del desempeño profesional al objetivo de la Empresa Individual Comercial AVIR. Pág. 40
3.2. Cargos, cronología y funciones desempeñadas en el ejercicio profesional Pág. 40
3.3. Contribución profesional a los objetivos de la Empresa Comercial AVIR Pág. 41
3.4. Limitaciones para el desempeño de las funciones Pág. 48
3.5. Propuestas para superar las dificultades encontradas Pág. 49

Conclusiones Pág. 51

Recomendaciones Pág. 52

Bibliografía Pág. 53

INTRODUCCIÓN

La idea de este trabajo que está basado específicamente en el negocio unipersonal donde nos da las pautas necesarias para poder formar un negocio y así tener el conocimiento necesario para así poder ser independiente y seguir con sus metas trazadas.

Es sumamente importante hacer un estudio de mercado acerca del negocio que se quiera iniciar para así tener los conocimientos básicos acerca de los problemas que se pueda presentar en el mercado, y que no nos pueda afectar mucho la ley de oferta y demanda que se puedan producir en el mercado para así poder evitar grandes pérdidas.

Teniendo un proceso fácil de legalización por tan solo ser una empresa unipersonal, donde el independiente hace los trámites personalmente.

Desde esta perspectiva se da una idea al público de cómo se inicia una empresa unipersonal dando a conocer los detalles de cómo formar un negocio.

En el capítulo I trata sobre Planteamiento Técnico de Experiencia Profesional, los objetivos que, las enseñanzas recibidas en las aulas las cuales son aplicadas en el mundo de los negocios.

En el capítulo II nos habla sobre la creación de una empresa unipersonal (Comercial AVIR) su ámbito, los segmentos que abarca, la formalidad en su creación.

En el capítulo III sobre la contribución como profesional en el negocio y las mejoras que debería tener Comercial AVIR.

CAPITULO I

INFORME TÉCNICO DE EXPERIENCIA PROFESIONAL

1. Planteamiento Técnico de Experiencia Profesional

1.1. Objetivos del Informe Técnico

Objetivo General

Presentar la experiencia profesional adquirida mediante la constitución, organización y gestión de la Empresa Individual "Comercial AVIR"

Objetivos específicos

a) Mostrar la correlación existente entre los conocimientos adquiridos en las aulas universitarias y su uso en el mundo de los negocios.
b) Desarrollar el análisis de las variables del macro y micro entorno de la empresa Individual "Comercial AVIR".
c) Describir la experiencia profesional desenvuelta en el proceso de constitución, organización y gestión de la Empresa Individual "Comercial AVIR".

1.2. Justificación

El Informe Técnico de Experiencia Profesional, como modalidad de titulación, representa una valiosa oportunidad de comprobar cuán válidos son los conocimientos aprendidos durante los años de aprendizaje en las aulas universitarias, conllevando a un estado de retroalimentación y fortalecimiento de capacidades del profesional.

En el marco del desarrollo de las cátedras se encuentran ideas y conceptos que se enfrentan a una realidad muchas veces distinta y frustrante; no obstante, es plenamente satisfactorio descubrir capacidades desarrolladas que permiten enfrentar en forma exitosa la problemática encontrada.

La falta de oportunidades laborales no es obstáculo para el desarrollo profesional y en este caso del Informe Técnico de Experiencia Profesional nos facilita la información por cuanto somos protagonistas y contamos con información primaria, por cuanto participamos en la totalidad del proceso de constitución, organización y gestión de "Comercial AVIR".

Este informe se constituye en material de consulta desde el aspecto académico y empresarial para todas las personas interesadas en el mismo, constituyendo un aporte de mucha valía.

1.3. Vinculación de aspectos teóricos con la experiencia profesional

Presentamos un resumen de conceptos de carácter académico impartidas en las aulas universitarias que guardan relación con la experiencia en el proceso de constitución, organización y gestión de la empresa individual "Comercial AVIR"

Empresa

Unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la ley de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada o en la Ley General de Sociedades, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios[1].

El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo define a la empresa desde cuatro perspectivas:

1. Una empresa es un conjunto de recursos humanos, económicos, financieros y técnicos para el desarrollo de una actividad productora de bienes y/o servicios, obteniéndose con riesgo tanto los costos de producción y ventas como utilidades o excedentes.
2. Igualmente nos dice que una empresa es una organización económica con fines de lucro que puede ser de diferente naturaleza jurídica y de objetivos o ramas de muy variada especie.
3. Del mismo modo, afirma que una empresa es una organización constituida por personas naturales o personas jurídicas que se dediquen a cualquier actividad lucrativa (extracción, producción, comercio y/o servicios)
4. Finalmente, asevera que es una unidad económica constituida con la finalidad de producir bienes y/0 servicios dirigidos a satisfacer las necesidades, deseos y expectativas de los consumidores a cambio de un beneficio económico.

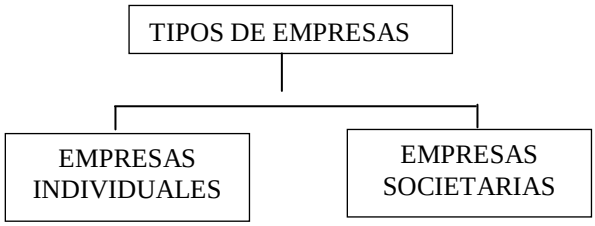
[1] FLORES Soria Jaime, Contabilidad Gerencial, *Contabilidad de Gestión Empresarial*, p7

Clasificación de empresas mercantiles

Las empresas pueden clasificarse atendiendo a distintos criterios tamaño, actividad a la que se dedican, por el tipo de propiedad, etc.[2]

Los tipos de empresas se clasifican en Empresas Individuales o Empresas Societarias[3]

Figura 1



a. Empresas Individuales

- **Empresa Unipersonal**

Es una empresa cuyo propietario es una persona natural y que para su funcionamiento, no requiere estar inscrito en los Registros Públicos.

Según la Ley del Impuesto a la Renta: La empresa unipersonal que genera rentas de tercera categoría se encuentra comprendida en el régimen general o en el régimen especial del Impuesto a la Renta.

La empresa unipersonal, es el negocio o comercio individual propiamente dicho en el cual el propietario desarrolla toda la actividad empresarial, aportando capital, trabajo, esfuerzo directriz, y cuya responsabilidad es limitada, es decir, responde frente a las deudas de la empresa no solo con el negocio, sino también con su patrimonio personal, son empresas a título personal. No existen disposiciones propias aplicables a estas empresas.[4]

---

[2] Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo
[3] Id. 1 p. 09
[4] Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo

- **Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)**

  La empresa Individual de Responsabilidad Limitada es una persona jurídica de derecho privado, constituida por voluntad unipersonal con patrimonio propio distinto al del titular.

  El patrimonio de la empresa está constituido inicialmente por los bienes que aporta quien la constituye.

  La responsabilidad de la empresa está limitada a su patrimonio.

  Sólo las personas naturales pueden constituir o ser titulares de Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada.

  La empresa se constituirá por Escritura Pública otorgada en forma personal por quien la constituye y deberá ser inscrito en el Registro Mercantil.

b. Empresas Societarias

Son aquellas que están constituidas de acuerdo a Ley General de Sociedades, Ley N° 26887 del 09.DIC.97

Quienes constituyen la sociedad convienen en aportar bienes o servicios para el ejercicio en común de actividades económicas.

Tipos de sociedades

Según la Ley General de Sociedades, señala lo siguiente:

- Sociedad Anónima
- Sociedad Colectiva
- Sociedades En Comandita
- Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada
- Sociedades Civiles
- Sociedades Irregulares.

Constitución de empresas como persona natural en el Perú[5]

Empresa constituida con Personería Natural

Empresa Unipersonal

La EMPRESA UNIPERSONAL es un negocio individual donde el titular, desarrolla toda la actividad empresarial aportando capital y trabajo.

Además, no tiene responsabilidad limitada, es decir, deberá responder con su patrimonio personal frente a posibles deudas que se generen en el negocio.

El registro es sencillo y poco costoso. No es obligatorio el uso de estatutos, minuta de constitución, la inscripción en Registros Públicos es voluntaria.

Pasos para la constitución de una empresa unipersonal

Se constituye gestionando personalmente la siguiente documentación:

1. Tramitar el REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTE (RUC) en la SUNAT. (Incluye selección del régimen tributario y solicitud de emisión de tickets, boletas y/o facturas)
2. Inscribir a los trabajadores en ESSALUD.
3. Solicitar permiso, autorización o registro especial ante el ministerio respectivo en caso lo requiera su actividad económica.
4. Obtener la autorización del Libro de Planillas ante el MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO.
5. Tramitar la licencia municipal de funcionamiento ante el municipio donde estará ubicado el negocio.
6. Legalizar los libros contables ante notario público. (Dependiendo del tipo de régimen tributario)

[5] Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo

Ventajas

1. Desde el punto de vista legal, este tipo de negocio se crea y se liquida fácilmente.
2. Unidad de mando y acción, porque la propiedad, el control y la administración de la empresa está en una sola persona.
3. Flexibilidad por parte del empresario para reaccionar rápidamente en casos de cambios bruscos en el mercado que puedan afectar a la empresa.
4. Un mínimo de regulaciones a las que hay que hacerles frente.

Desventajas

1. Responsabilidad ilimitada. El dueño tiene que estar preparado para asumir las deudas de la empresa con todo su patrimonio personal, en caso que los recursos de la empresa sean suficientes para hacer frente a las deudas.
2. Disponibilidad de capital limitado: El capital generalmente está limitado a la inversión del dueño; lo que puede representar serios problemas al crecimiento futuro de la empresa.
3. Falta de continuidad en caso de incapacidad del dueño, una enfermedad del empresario que le impida participar activamente en el manejo del negocio afectará las operaciones de este.

Denominación

Al nombre que se le dé a la empresa, debe seguirle el nombre del propietario. Ejemplo:

"Bodega Verónica" de Dionisio Barboza Díaz.

Misión[6]

Según Charles W. L. Hill/Gareth R. Jones, en su libro Administración Estratégica indican:

La exposición de la misión corporativa es el primer indicador clave de cómo una organización visualiza las exigencias de sus grupos de interés. Su propósito consiste en establecer el contexto organizacional dentro del cual se realizarán las decisiones estratégicas; en otras palabras, proporcionar a una organización el enfoque y dirección estratégica. Todas las decisiones estratégicas surgen de la exposición de la misión. Por lo general, la exposición de la misión define el negocio de la organización, establece su visión y metas, y articula sus principales valores filosóficos.

[6] Id. 1 p 16

La gerencia y su actividad[7]

Todo gerente debe saber diferenciar la función de la gestión operativa y la gestión estratégica.

A su vez el autor Xavier Gimbert, hace la siguiente diferencia:

a. La gestión operativa

Las primeras se refieren al día a día, podríamos decir que tratan de que la empresa sobreviva, siga existiendo, al día siguiente. Por ejemplo, nos dejan de pagar una cantidad importante de dinero y eso produce una gran tensión en nuestra tesorería, o varias personas claves de un determinado departamento se enferman y esta área de la empresa no puede realizar sus objetivos, o una máquina sufre una avería seria y no podemos producir unas unidades o prestar un servicio determinado. En todos estos casos hemos de solucionar algo que nos afecta en ese momento.

b. La gestión estratégica

Las decisiones estratégicas, en cambio, se refieren al medio y largo plazo; aquí se trata de asegurar que la empresa siga existiendo en un futuro más lejano. En este caso nos podríamos plantear aspectos como: ¿Podemos seguir siendo tan innovadores o hemos de buscar otras formas de diferenciarnos de nuestros competidores?, ¿Nos introducimos en el mercado X?, ¿Dejamos de fabricar en nuestro país? Este tipo de decisiones son completamente diferentes a las operativas, no nos afectan hoy sino que tratan de mejorar, o al menos mantener, nuestra posición en el futuro.

Un aspecto clave es que, mientras en las decisiones operativas hemos dicho que se trata de reaccionar a problemas que se nos presentan, en el caso de las decisiones estratégicas hemos de ser proactivos, hemos de anticiparnos a la aparición de los primeros síntomas de que tenemos problemas estratégicos, puesto que entonces, cuando los síntomas son evidentes ya puede ser tarde.

[7] Id. 1 p.19

Contabilidad gerencial

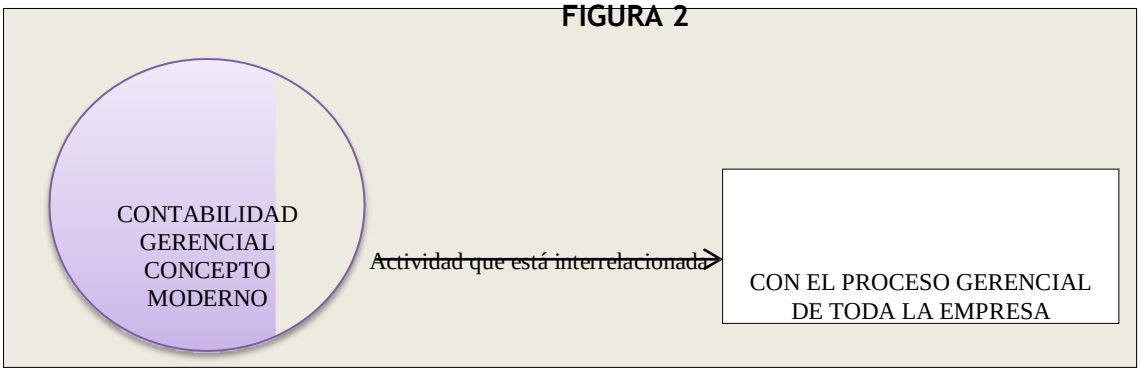
El concepto moderno de Contabilidad Gerencial según el Pronunciamiento de Práctica Profesional (PPP) que ha sido preparado por el Comité de Contabilidad Financiera y Gerencial (FMAC) de la Federación Internacional de Contadores (IFAC), es el campo de la actividad organizacional al cual se le conoce como Contabilidad Gerencial. La Contabilidad Gerencial es una actividad que está interrelacionada con el proceso gerencial de toda organización.

El concepto tradicional de Contabilidad Gerencial se definía como el proceso de identificación, evaluación, acumulación, análisis, preparación, interpretación y comunicación de información (financiera y operativa) que utiliza la gerencia para el planeamiento, evaluación y control de una organización, así como para asegurar el uso y responsabilidad de los recursos de la misma.

La Contabilidad Gerencial es, por tanto, parte integrante del proceso gerencial. Ella proporciona información esencial para que la organización pueda:

- Controlar sus actividades en curso:
- Planear sus estrategias, tácticas y operaciones futuras;
- Optimizar el uso de sus recursos;
- Valuar y evaluar su desempeño;
- Reducir la subjetividad en el proceso de la toma de decisiones; y
- Mejorar la comunicación interna y externa.

FIGURA 2



Cabe indicar que el concepto tradicional de Contabilidad Gerencial se basa en el suministro de información para el planeamiento y control gerencial[8].

Componentes del Proceso Gerencial

Según el Pronunciamiento de Práctica (PPP) que ha sido preparado por el Comité de Contabilidad Financiera y Gerencial (FMAC) de la Federación Internacional de Contadores (IFAC); indica que:

El proceso gerencial puede dividirse en varias formas. El presente Pronunciamiento lo divide en partes componentes, cada uno con un enfoque de:

- Establecimiento del direccionamiento organizacional;
- Estructuramiento organizacional;
- Uso de los recursos organizacionales;
- Compromiso organizacional;
- Cambio organizacional; y
- Control organizacional.

La Contabilidad Gerencial se refiere a aquella parte del proceso gerencial que enfoca el uso de los recursos organizacionales. Consecuentemente, se refiere a los procesos y tecnologías de gerencia cuyo enfoque está puesto en agregar valor a la organización, mediante el logro del uso eficaz de los recursos en contextos dinámicos y competitivos[9].

Funciones de la gerencia

Como la información de la Contabilidad Gerencial está destinada para la gerencia de la empresa, es por ello que es necesario tener una idea clara de cuáles son las funciones básicas de la gerencia.

A continuación se describe brevemente, cada función:

[8] Id. 1 pp. 23 y 24
[9] Id. 1 p 26

1. **Planeación.** Es la función consistente en decidir qué acciones se deben tomar en el futuro para hacer que la organización logre sus objetivos.
2. **Pronóstico.** Es la función por medio de la cual la gerencia estima lo que sucederá en el futuro.
3. **Organización.** Es la función por medio de la cual la gerencia decide la estructura organizacional y traza las políticas y los procedimientos a que deben sujetarse en forma armónica las diversas unidades de la empresa, de modo que el esfuerzo conjunto de todas ellas esté orientado al logro de los objetivos comunes.
4. **Control.** Es la función consistente en lograr la seguridad, dentro de lo posible, velará porque la organización funcione exactamente de acuerdo con los planes generales establecidos para la empresa en su conjunto. Usa la retro-alimentación (feedback), así como la administración por excepción para comunicarse y para motivar a todo el personal.
5. **Toma de decisiones.** Esta es la más general de las funciones de la gerencia pues está presente no sólo en las fases de planeación, pronóstico, coordinación y control sino también en todas las actividades diarias de rutina y, de manera especial en los problemas que se van presentando día a día.
6. **Dirección.** Esta es la función más importante de todas. Es muy difícil de definirla o describirla porque es sumamente amplia y elástica. En realidad, se puede decir que abarca a todas las demás. En todo caso, la dirección comprende, en el sentido más amplio: liderazgo, motivación, comunicación, manejo de conflictos, etc.[10]

El papel de la contabilidad administrativa en la planeación[11]

La actividad de planeación se ha vuelto más importante en la actualidad, debido a la globalización en la que se encuentran muchos países ante el desarrollo tecnológico, la economía cambiante, el crecimiento acelerado de las empresas, el desarrollo profesional y la disponibilidad de información relevante que se posee actualmente en las empresas.

La planeación se hace necesaria por diferentes motivos:

[10] Id. 1 p 27
[11] Ramírez Padilla David Noel, Contabilidad Administrativa, Octava edición, 2008, pp. 15-16

1. Para prevenir los cambios del entorno, de suerte que anticipándose a ellos sea más fácil la adaptación de las organizaciones y se logre competir exitosamente en estrategias.
2. Para integrar los objetivos y las decisiones de la organización.
3. Como medio de comunicación, coordinación y cooperación de los diferentes elementos que integran la empresa.

Entre las diferentes definiciones de planeación, vale la pena elegir la siguiente: "Diseño de acciones cuya misión es cambiar el objeto de la manera en que éste haya sido definido"

De acuerdo con esta definición, se pueden planear o diseñar acciones a corto y a largo plazos. Si se piensa en función de la dimensión temporal, la clasificación anterior puede concebirse también como planeación táctica o de operación, y planeación estratégica.

La planeación que recibe ayuda de la contabilidad administrativa es básicamente la operativa, que consiste en el diseño de acciones cuya misión es alcanzar los objetivos que se desean en un período determinado, sobre todo en lo referente a la operación de la empresa, mediante el empleo de diferentes herramientas tales como los presupuestos, el modelo costo-volumen-utilidad, etc.; sin embargo, el costeo por actividades, apoyado en la filosofía de la concepción de cadenas de valor, brinda una gran ayuda en el proceso de planeación estratégica para determinar cuál debe ser la estrategia competitiva hacia la que debe orientarse la empresa, para lograr la ventaja competitiva que le dé una posición atractiva dentro del sector industrial donde se encuentra.

El papel de la contabilidad administrativa en el control administrativo[12]

La época actual se caracteriza por la complejidad económica en la administración de los recursos, que tanto a nivel macroeconómico como microeconómico son escasos, lo que exige efectividad y eficiencia de los profesionales comprometidos con la administración, a fin de lograr un uso óptimo de los insumos. Esto puede lograrse cuando se aplica la filosofía del mejoramiento continuo, que no es otra cosa que la cultura de calidad total, que tiene como propósito esencial eliminar todo aquello que no alcanza los estándares y

[12] Id. 8 pp. 16-17

suprimir lo que no permite competir satisfactoriamente. Para lograrlo se necesita un sistema de información basado en la estadística que muestre dichas desviaciones, lo que implica la necesidad de contar con un buen sistema de administrativo debe ser el proceso mediante el cual la administración se asegura de que los recursos son obtenidos y usados eficiente y efectivamente, en función de los objetivos planeados por la organización.

La contabilidad administrativa es necesaria para obtener mejor control. Una vez que se ha concluido una determinada operación, se deben medir los resultados y compararlos un estándar fijado previamente con base en los objetivos planeados, de tal suerte que la administración pueda asegurarse de que los recursos fueron manejados con efectividad y eficiencia. El estándar surge al utilizar cualquiera de las siguientes herramientas: los costos estándar, los presupuestos, el establecimiento de centros de responsabilidad financiera, etc.

El papel de la contabilidad administrativa en la toma de decisiones[13]

En la definición de contabilidad administrativa se explicó que ésta facilita la toma de decisiones. Se verá ahora cómo realizar esta labor. Para tomar una buena decisión se requiere utilizar método científico, que puede desglosarse de la siguiente manera:

1. Análisis
   a. Reconocer que existe un problema.
   b. Definir el problema y especificar los datos adicionales necesarios.
   c. Obtener y analizar los datos.
2. Decisión
   a. Proponer diferentes alternativas.
   b. Seleccionar la mejor.
3. Puesta en práctica
   a. Poner en práctica la alternativa seleccionada.
   b. Realizar la vigilancia necesaria para controlar el plan elegido.

En este modelo de toma de decisiones, en las etapas 1 y 2 la contabilidad administrativa ayuda a que la decisión sea la mejor; de acuerdo con la calidad de la información que se

[13] Id. 8 pp. 17-18

posea. En dichas etapas deben simularse los distintos escenarios y ser analizados a la luz de los diferentes índices de inflación esperados, según el tipo de industria y actividad de que se trate.

El modelo ideal de un sistema de información administrativo es el contabilidad por productividad (*accountability*), que consiste en utilizar todas las herramientas de contabilidad administrativa, integradas en solo suprasistema de información cuantitativo.

Emprendimiento

La palabra emprendimiento proviene del francés entrepreneur (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente

En conclusión, emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros.

MYPE

El Artículo 4º de la Ley MYPE, establece el concepto de Micro y Pequeña Empresa, a la letra dice:

Es una unidad económica que opera una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que desarrolla actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios, que se encuentra regulada en el TUO (TEXTO UNICO ORDENADO), de la Ley de Competitividad, Formalización y desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente (Dec. Leg. N° 1086)

Es importante resaltar que, la microempresa no necesita constituirse como persona jurídica, pudiendo ser conducida directamente por su propietario persona individual. Podrá, sin embargo, adoptar voluntariamente la forma de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, o cualquiera de las formas societarias previstas por la ley. Las características que debe reunir una MYPE son las siguientes:

Ley 30056 del 02 de julio de 2013

La Nueva Norma sólo utiliza como parámetro para determinar quiénes deben ser considerados Micros, Pequeñas o Medianas Empresas los volúmenes de ventas anuales, descartando como criterio el número de trabajadores que utilizaba la norma original.

La Nueva Norma considera:

Micro Empresa:
Ventas Anuales hasta un máximo de 150 UIT (555 MIL NUEVOS SOLES)

Pequeña Empresa:

Ventas anuales de 150 UIT (555 MIL NUEVOS SOLES) hasta 1,700 UIT (6 MILLONES 290 MIL SOLES)

Mediana Empresa:
Ventas anuales de 1,700 UIT (6 MILLONES 290 MIL SOLES) hasta 2,300 UIT (8 MILLONES 510 MIL SOLES)

Ventas

Definición de ventas personales[14]

Definir las ventas personales es más difícil de lo que parece; por lo que el mejor camino es afirmando lo que no es: no es vender a través de la publicidad o del correo directo. La venta personal utiliza a un individuo como comunicador. Es una comunicación en dos sentidos: el vendedor escucha y habla. A diferencia de ello, la publicidad y el correo directo son comunicaciones en un solo sentido: la publicidad se comunica con el

[14] HUGHES G. David, MCKEE Daryl, SINGLER Charles H., Administración de ventas , Un enfoque de orientación profesional

mercado, pero se requieren investigaciones de mercadotecnia para escuchar. Las ventas personales pueden escuchar el mercado y comunicarse con él en un solo intercambio. La venta personal es el proceso de comunicación en dos sentidos para comprender las necesidades potenciales del comprador y satisfacerlas con los productos y servicios del vendedor.

Frank Pacetta, un exitoso gerente de ventas de Xerox, afirma que las ventas comprenden tres actividades: identificar al cliente, asegurarse de que el producto satisface las necesidades de éste y solicitar la venta. La identificación del cliente comprende definir los tipos de personas que probablemente requerirán el producto y después localizar individuos de ese grupo para continuar. El siguiente paso consiste en empatar las necesidades del cliente con el producto que la empresa ofrece para satisfacerlas, sin dar características innecesarias. Finalmente, los vendedores deben cerrar el proceso solicitando el pedido.

CAPITULO II

2. Descripción general de la Empresa Unipersonal Comercial AVIR.

2.1.Identificación

Tipo de Empresa

Comercial AVIR ha sido constituida como una empresa unipersonal, en el marco de la ley de sociedades, por Azucena Del Valle Iman Ríos como constituyente o empresaria, el día 8 de diciembre del 2011, con domicilio legal en Calle Sánchez Cerro N° 679.

Razón Social

La empresa unipersonal se denomina "COMERCIAL AVIR"; esta denominación responde a la actividad a la que se dedica, que es la compra y venta de mercadería y se complementa con un acróstico relacionado a las iniciales del nombre de la empresaria Azucena Del Valle Iman Ríos.

Objeto Social

Comercial AVIR, como empresa unipersonal, tiene como actividad principal la compra y venta de plásticos en general, locería, textilería y productos de primera necesidad al por menor.

Ámbito

El domicilio legal de la empresa unipersonal Comercial AVIR es la ciudad de Iquitos, en el Distrito de Belén, en el departamento de Loreto; pudiendo constituir o establecer sucursales, agencias o dependencias en otras ciudades del país o del exterior. La empresa se constituye con propósito de funcionamiento temporalmente indefinido.

Responsabilidad

La responsabilidad se circunscribe al monto de los aportes que conforman el capital aportado por la constituyente o empresaria y lo dispuesto por las normas legales vigentes.

La administración de la empresa unipersonal, Comercial AVIR, estará a cargo de la Gerente y dueña de la empresa.

2.2. La empresa unipersonal Comercial AVIR y su macroentorno.

Económicas

¿Qué podemos esperar del año 2015?[15]

Se acerca fin de año y pronto comenzarán los innumerables pronósticos de los analistas respecto al año 2015. Como ocurre todos los años, a lo largo de 2015, irán ajustando sus proyecciones en un sentido u otro, pues ocurren hechos que no estaban previstos.

En general, los economistas no somos acertados haciendo proyecciones. Basta revisar cualquier proyección de fines de 2013 y luego ver lo que realmente ocurrió en 2014. Pienso que nos falta humildad, pues nadie es capaz de ver el futuro, que por definición

[15] http://blogs.gestion.pe/economiaparatodos/2014/11/que-podemos-esperar-del-ano-2015.html

es incierto. Lo único que podemos ver son tendencias que seguirán así, solo si se mantiene el escenario existente en el momento de la proyección. Lo mejor es trabajar sobre la base de escenarios distintos.

Por esa razón cuando se hace una proyección se "asumen" escenarios para la evolución de otras variables. Por ejemplo, podemos decir que la economía peruana crecerá alrededor de 5% siempre y cuando entren en funcionamiento los proyectos mineros previstos y exista demanda por lo que producirán. Sin embargo, muchas variables no son controladas por los diseñadores de política económica, por lo que hasta la proyección más seria tiene casi la misma probabilidad de acertar que de fallar. A pesar de ello, ya se anuncia que ciertos proyectos mineros, como Toromocho y Las Bambas no entrarían en funcionamiento en los tiempos que el gobierno espera y usa para sus proyecciones. Solo ese factor ya debería llevar a revisar a la baja la proyección de 2015.

Dicho esto y observando lo que ocurre hoy, tanto dentro del Perú como en el exterior, ¿qué podemos esperar? Comencemos con el ámbito externo. En primer lugar, Estados Unidos ya terminó con su programa de estímulo económico, en un proceso conocido como "tapering". Más aún, el consenso del mercado es que la tasa de interés en los Estados Unidos suba hacia mediados de año. En segundo lugar, una eurozona con problemas de deuda y déficit fiscales no resueltos. En tercer lugar, un crecimiento de China que fluctuará entre 7% y 7.5%, de acuerdo con los especialistas. En otras palabras, un crecimiento mundial mediocre y menor al esperado.

En América Latina, si nos guiamos por las últimas proyecciones presentadas por el FMI en octubre de este año, se espera un crecimiento de 2.2% en 2015, luego de crecer 1.3% en 2014. Perú crecería 5.0%, mientras que los gigantes de la región, México y Brasil sólo lograrían tasas de 3.5% y 1.4%, respectivamente. Panamá sería la economía de mayor crecimiento en la región. América Latina enfrentará una mayor volatilidad externa y un acceso al financiamiento más caro.

Ricardo Lago[16]: No creo que el ritmo vaya a levantar mucho en los próximos trimestres. La economía y el comercio mundial están empeorando. La caída del precio del petróleo crudo, 30% en seis meses, es una señal clara. En realidad, ese 3% de crecimiento interanual oculta información; la gráfica del PBI mensual desestacionalizado nos muestra

[16] http://peru21.pe/politica/ricardo-lago-economia-mundial-esta-empeorando-2204740

un PBI con caída desde noviembre 2013 hasta agosto 2014. Creo que hemos tenido una leve recesión. El dato de setiembre levanta un poco, es más alentador… Ojalá se mantenga la tónica, pero no soy muy optimista. En cuanto al mágico 7%, creo que hay bastante confusión. Es cierto que, entre el 2005 y el 2013, el PBI creció cerca de esa tasa, pero fue con precios de los metales crecientes la mayor parte del tiempo. En cambio, si tomamos todo el periodo desde la estabilización, de 1991 a 2013, la tasa promedio es 5%. Y si dividimos dicho periodo en dos subperiodos, incluyendo en el primero los años de crisis internacional y/o crisis política interna, y en el segundo el resto, es decir los años "normales", entonces tenemos que la tasa promedio de los años de crisis es 2.3% y la de los años "normales" es 7%. El 2014 es para los emergentes año de crisis relativa y posiblemente el 2015 también, por lo que una tasa de 2% a 3% para ambos años está sustentada históricamente…

Políticas

Estas son las medidas propuestas hoy por el Ejecutivo para dinamizar la economía

Cuarto paquete reactivador[17]. El ministro Segura explicó que apuntan a cuatro frentes: impulso fiscal de corto plazo, el ataque a la „tramitología", reducción de aranceles, promoción el empleo para jóvenes.

A pesar de que el tercer paquete de medidas que diseñó el Ejecutivo a mediados de año sigue atascado en el Congreso esperando aprobación, el Gobierno lanza desde hoy su cuarta propuesta de estímulo.

1. Impulso fiscal de corto plazo

   "La economía se está recuperando y para seguir requiere de un mayor gasto público", indicó el ministro de Economía, Alonso Segura. Por esto, el Ejecutivo lanzó hoy un decreto de urgencia que aprueba un aguinaldo extraordinario de Navidad de S/. 300 para 1.7 millones de empleados estatales, tanto en actividad como jubilados.

   De igual forma, Segura adelantó que se pagarán deudas antiguas en el sector de salud y educación, según se publiquen las sentencias, y se promoverá la

[17] http://gestion.pe/economia/estas-son-medidas-propuestas-hoy-ejecutivo-dinamizar-economia-2113144

implementación de obras pequeñas en el sector educación y otros programas a cargo del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (Midis), que se lanzarán en próximas semanas y continuarán en el primer trimestre de 2015.

2. Ataque a la „tramitología"

   Además de buscar reducir en 3.5 años el tiempo para obtener los permisos ambientales,mediante la eliminación de algunos permisos y de promover que se comparta la información ambiental, el ministro Segura anotó que también se están mirando los procesos en otros sectores.

   "También se han agilizado otros permisos como el uso de explosivos que utilizan las minas; hay normas referidas a la servidumbre, a las expropiaciones, a evitar que hayan invasiones de derechos de vía, etc.", comentó. Y detalló que buscan potenciar los equipos de seguimiento de destrabe para articular medidas entre diferentes sectores con el fin de eliminar una „sobrerregulación".

3. Reducción arancelaria

   El paquete, que complementa las medidas lanzadas en julio, incluye llevar a cero todas las partidas de insumos o bienes intermedios. Tal como se hizo anteriormente con los bienes de capital, el Ejecutivo propone eliminar los aranceles en los insumos de los procesos productivos para aumentar la liquidez de las empresas. Con esta medida, se espera reducir el arancel promedio por debajo del 2%, incluyendo los bienes finales.

4. Promoción del empleo juvenil

   El Ejecutivo propone expandir el crédito fiscal (de 2%) para la capacitación de trabajadores menores de 24 años a las mypes. Con esta medida, que supone un programa de cinco años, el Estado reembolsará a las mypes el costo de la seguridad social del primer año de contratación de los jóvenes, para promover su inserción laboral y formalización.

   La medida es exclusiva para jóvenes que han terminado la secundaria y nunca han tenido un empleo formal o han formado parte de una planilla

electrónica, o para los jóvenes que han participado del programa y llevan un tiempo de desempleo.

Coyuntura para el desarrollo MYPE

Luisa Huaruco Gonzales[18]: Según el directivo, existen dos factores que van a generar un entorno favorable para el desarrollo de las MYPES, pero es necesario que los empresarios del sector estén preparados para asumir retos ya que de lo contrario desaprovecharán la coyuntura.

"En uno de sus ejes el Plan de Diversificación Productiva busca mejorar la productividad y eficiencia de las MYPES para integrarlas a los grandes sectores trenes que comienzan a jalar la producción. Entiendo que antes de que cierre el año van a comenzar a surgir propuestas específicas para que el sector de micro y pequeña empresa se enganche a sectores como minería, agroindustria, confecciones y pesquería, lo que estimulará la oferta y demanda de los productos clásicos del sector MYPE", explica Terrores.

Otro factor importante es la participación peruana dentro de la Alianza del Pacífico, que abre un mercado de más de 200 millones de personas para los empresarios peruanos. Sin embargo esta apertura comercial supone a la vez un reto para nuestros emprendedores, ya que los pone a competir con sus pares extranjeros en la Alianza (Chile, México y Colombia), quienes nos llevan la delantera en la ejecución de esfuerzos activos a favor del desarrollo de sus industrias.

Feria del Emprendedor 2014

Con el objetivo de asesorar a empresarios del sector MYPE y a personas interesadas en iniciar un negocio, COFIDE presenta la Feria del Emprendedor 2014, en la que enfatizará actividades para generar redes e intercambio de experiencias con expertos internacionales. El evento incluirá el desarrollo de

[18] *lhuaruco@diariogestion.com.pe*

una Clínica de Negocios, donde se podrá recibir asesoría gratuita en consultorios especializados en Tributación, Plan de Negocios, Marketing, Costos, Diseño e Imagen Empresarial y Marketing Digital.

Si a eso le sumamos los problemas políticos dentro del Perú y la casi nula posibilidad de implementar reformas para lograr el "crecimiento con inclusión", es probable que en 2015 tengamos "más de lo mismo". El tema se complica por razones preelectorales que llevan a que los inversionistas suelan postergar sus decisiones hasta conocer al nuevo gobierno. Un problema adicional destacará en 2015: la brecha externa.

La brecha externa se define como el exceso de importaciones sobre exportaciones. ¿Qué ha pasado? Pues que las exportaciones han caído por la desaceleración de China y los problemas en la eurozona y Estados Unidos y las importaciones se han mantenido creciendo gracias a la mayor demanda interna sostenida en el aumento del crédito interno. Las personas obtenemos créditos (sea vía tarjetas o cualquier otro tipo de préstamo) y con eso compramos bienes que, en su gran mayoría, son importados.

Culturales

Luisa Huaruco Gonzales[19]: Más del 80% de las micro y pequeñas empresas peruanas desarrollan su actividad de modo intuitivo y carecen de los elementos necesarios para ser competitivas en un mercado globalizado como el que enfrenta el país, señala COFIDE.

"El empresario peruano tiene uno de los niveles de emprendimiento más altos en el mundo, pero el acceso a capacitación en el segmento PYME es muy bajo, entre el 15% y 20%. Esto genera una gran brecha porque, actualmente, por lo que el mundo paga más es por productos con un factor de innovación y el peruano promedio de la micro y pequeña empresa no ha llegado a

[19] lhuaruco@diariogestion.com.pe

conceptualizar cómo calzar esos elementos dentro de su modelo de negocio", señala Luis Terrones, gerente de Desarrollo de COFIDE.

Tecnológicas

Mypes podrían reducir sus costos si usaran más tecnologías de información y comunicación[20]

En el Perú, el promedio de edad de las mypes peruanas es de siete años y solo el 21% tiene una página web, aunque ese nivel es menor con relación a otros países.

Un mayor uso de las herramientas de tecnologías de información y comunicación (TIC) por parte de las micro y pequeñas empresas (mypes) peruanas les ayudaría a reducir sus costos administrativos y promover mejor sus productos y/o servicios, señaló hoy el especialista de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), Eduardo Rocca.

Según el informe Mipyme Perú 2013, elaborado por la Fundación para el Análisis Estratégico y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa (Faedpyme), más del 60% de las mypes peruanas en Lima, Arequipa y Trujillo no usan las herramientas de la TIC, tales correo electrónico, páginas web, ventas por Internet, uso de banca electrónica, Intranet corporativa, redes sociales, entre otros.

"Las empresas pequeñas podrían acceder a mínimos costos (con el uso de las TIC), por llamarlo de alguna forma, y le daría mucha fluidez en la operatividad de todo lo que realicen", refirió a Gestion.pe.

Manifestó que en la actualidad, existen actividades como pagar impuestos o realizar operaciones bancarias por Internet, que ya no son exclusividad de las

[20] http://gestion.pe/mercados/mypes-podrian-reducir-sus-costos-si-usaran-mas-tecnologias-informacion-y-comunicacion-2093444

grandes empresas sino que también son realizadas por las mypes en diversas partes del mundo, ya que representan un costo mínimo.

Dio como ejemplo que no es muy costoso implementar una página web, ya que solo se requiere de comprar un dominio de Internet y capacitar a los integrantes de la empresa en el manejo de esta página, lo cual puede estar a cargo del personal administrativo sin la necesidad de contratar a un "especialista".

El informe Mipyme Perú 2013 señala que solo el 21% de mypes peruanas tiene una página web, lo cual fue considerado como "positivo" por Rocca, pero ese nivel sigue siendo "bajo" con relación a otros países con mayor presencia de mypes.

Rocca indicó las mypes peruanas se caracterizan por ser "dinámicas, pujantes, y en su mayoría jóvenes", aunque también existen empresas con muchos años (20 a 30 años) de funcionamiento pero que dan la sensación de llegaron a su límite.

"Si bien es cierto hay una buena expectativa por la economía peruanas, las mypes tienen algunas dificultades en algunos puntos estratégicos. Por ejemplo salta a la vista que no tienen una certificación de calidad o ni siquiera están en procesos previos para obtener esas certificaciones, eso ahora es un referente para poder avanzar no solamente a nivel nacional sino para estar por delante de muchos competidores", refirió.

Indicó el promedio de edad de las mypes peruanas es de siete años y las más jóvenes son las que dan un uso extensivo de las TIC, mientras que el resto no lo hace por falta de capacitación o recursos.

"Nosotros sabemos que, de una manera natural, estamos con las redes sociales, usamos mucho el correo electrónico para diferentes comunicaciones por diferentes motivos; y la empresa que tienen una relación con clientes y proveedores debería usar esto de una manera más natural", anotó.

2.3. La empresa y su microentorno.

2.3.1. Descripción de los clientes

Los clientes son mayormente personas que viven en las zonas rurales puesto que ellos no cuentan con una solvencia económica al instante recurren a los créditos que **COMERCIAL AVIR** ofrece.

Los clientes se encuentran principalmente en los distritos de Iquitos, Villa Belén, Villa Punchana, y San Juan Bautista. Cuya población se dedica a diversas actividades entre las que destacan los vendedores independientes, empleados públicos, enfermeras, profesores, municipales y administrativos de sectores de gobierno, entre otros.

UNIDAD DE COMPRA

Los clientes compran entre uno a tres productos diarios, como puede observarse en el cuadro N° 01, observándose una mayor concentración, con el 65% las compras por dos unidades diarias.

CUADRO N°1

UNIDAD DE COMPRA	PORCENTAJE DIARIO
UNO	25%
DOS	65%
TRES	10%

Fuente: Autora del informe

Siendo los usuarios del producto quienes en un 89% adquieren el mismo, como las madres de familia principalmente y un 11% los padres de familia, quienes asumen el pago de crédito.

PUNTO DE COMPRA

La adquisición de los productos se efectúan indistintamente ya sea en la misma tienda o a través de los vendedores cuando visitan las diferentes zonas de nuestro mercado.

FORMA DE PAGO

De acuerdo a la política de crédito de Comercial AVIR, los clientes adecuan el pago al periodo diario o semanal según lo pactado con el cliente, considerándose además un periodo adicional como facilidad que brinda Comercial AVIR. Haciendo notar que la cartera de morosidad está entre 15% a 20% y los incobrables en el orden del 10%.

GUSTOS Y PREFERENCIAS

CUADRO Nº 02

DISTRITOS	GUSTOS Y PREFERENCIAS	MARCA
IQUITOS.	COLCHAS ACRILICAS	CASATEX
BELÉN.	JUEGOS DE SABANAS	AMAZONA
PUNCHANA.	TINAS DE 90 LITROS	SUDAMERICANA
SAN JUAN BAUTISTA.	HIPERTACHOS	CEL PLAST

Fuente: Autora del informe

En relación a los gustos y preferencias de los clientes, podemos observar en el cuadro nº 02, de la siguiente manera:

- En el Distrito de San Juan Bautista, zona del Terminal, los hipertachos (145 litros) son los de mayor demanda, porque en dicho lugar la población no cuenta con el servicio d abastecimiento de agua potable, requiriendo dicho producto para el acopio del

vital líquido. Además en este distrito existe una preferencia por los mosquiteros de 2 plazas y 2 ½ plazas, considerando que la creciente provoca la proliferación de zancudos principalmente.

- En cuanto al Distrito de Villa Belén, en sus diferentes zonas existe una mayor preferencia por los juegos de sabanas, mosquiteros e igualmente, los baldes transparentes de 20 litros, sean estos de la marca BASA, REY, Sumac; observándose una demanda mayor por la marca BASA.
- En el Distrito de Iquitos nuestros clientes viven en las zonas periféricas de la zona céntrica. Los productos de más demanda son las colchas acrílicas (colchas peluches) de la marca CASATEX como también las almohadas, estas colchas son preferidas considerando el precio y la calidad de los diseños; igualmente existe una demanda por los juegos de ollas, despenseros Madrid, etc.
- En cuanto al Distrito de Villa Punchana las tinas "amor" tienen mayor demanda, como los hornos eléctricos, juego de ollas, licuadora de las marcas Imaco e International, zapatos para damas de la marca Calsy y Talentos. Se destaca en este distrito los zapatos para damas.

2.3.2. Descripción de los competidores

Las principales empresas competidoras de **COMERCIAL AVIR** las podemos distinguir en el cuadro Nº 03, que se presenta seguidamente

CUADRO Nº 03

	PUBLICIDAD	FORMA DE VENTA	PRECIO		PROMOCION
			CONTADO	CREDITO	
COMERCIAL AVIR	NO	CONTADO/CREDITO	2% MAS DEL	DOBLE DEL COSTO DEL	-
COMERCIALIZADORA JUDITH	SI	CREDITO	-	DOBLE DEL COSTO DEL	-
COMERCIAL DANIELA S.R.L.	SI	CREDITO	-	DOBLE DEL COSTO DEL	-
OTROS	NO	CREDITO	-	DOBLE DEL COSTO DEL	-

Fuente: Autora del Informe

En relación a la competencia de Comercial AVIR, del cuadro Nº 03 podemos destacar a dos competidores: Comercializadora Judith SRL y Comercial Daniela SRL por la formalidad de las mismas y el tamaño que representan, de este modo subrayamos lo siguiente:

- Comercializadora Judith SRL destaca por ser nuestra principal competidora, cuyas ventajas competitivas se sustentan en la publicidad radial y el uso de uniformes por parte de los trabajadores; siendo su principal desventaja el precio que es mucho mayor que el de Comercial AVIR.
- Comercial Daniela SRL fue uno de los competidores de Comercial AVIR cuando esta empresa utilizaba los medios de comunicación auditiva como la radio para hacer su publicidad, sin medir su rendimiento económico si era sustentable o no, no dándole resultado puesto que ahora dicha empresa se encuentra con cuentas bancarias sin pagar.
- Tanto Comercial Avir y sus competencias venden los mismos productos y también los lugares que vende son los mismos , es donde el cliente elige a la empresa que mas le conviene según sea los precios de productos; muchas veces AVIR cuenta con productos novedosos que vendría a ser una manera mas de atraer a la clientela

2.3.3. Descripción de los proveedores

Los principales proveedores de **COMERCIAL AVIR** son WU WU HNOS S.A.C., Comercial Li You S.R.L., El Mundo de la Fantasia S.R.L., Comercial El Paisa S.R.L.

CUADRO N 05

PROVEEDOR	MARCAS	PRECIOS	PUBLICIDAD Y PROMOCION	FORMA DE PAGO
COMERCIAL EL MUNDO DE LA FANTASIA S.R.L.	CASATEX	PRECIOS AL POR MAYOR	PRECIOS BAJOS	CONTADO
COMERCIAL WU WU HNOS S.A.	REY	PRECIOS AL POR MAYOR	PRECIOS BAJOS	CONTADO
COMERCIAL LI YU	BASA	PRECIOS AL POR MAYOR	PRECIOS BAJOS	CONTADO

Fuente: Autora del Informe

CUADRO Nº 04

PROVEEDORES	PRODUCTOS	PRECIOS	PROM.	LUGAR V	PAGO
COMERCIAL LI YOU S.R.L.	PLATOS HONDOS Y EXTENDIDOS	S/.	PRECIO X MAYOR	IQUITOS	C NTADO
	CESTOS REDONDOS Q`PLAST	S/.			
	TINA #90	S/.			
	SILLAS IMPERIAL CEL PLAST	S/.			
	JARRAS SAONSA MOD CORAZON	S/.			
	JARRA SEÑORIAL	S/. 4.80			
	JARRA CALIFORNIA	S/. 4.80			
	JUEGOS DE OLLAS #28, 30,32,36,40	S/.			
EL MUNDO DE LA FANTASIA S.R.L.	JGO. DE SABANAS AMAZONAS	S/.	PRECIO X MAYOR	IQUITOS	CONTADO
	JGO. DE SABANAS CASATEX	S/.			
	HORNO ELECTRICO DIVAL	S/.			
	JGO DE OLLAS DIVAL X 7 PZ	S/.			
	TOALLAS BORDADAS LUCKY	S/.			
	TOALLAS PLAYERAS LUCKY	S/.			
	TOALLAS BORDADAS CASATEX	S/.			
COMERCIAL WU WU HNOS S.A.C.	CESTO CORCEL Q`PLAST	S/.	PRECIO X MAYOR	IQUITOS	C NTADO
	CESTO VENECIA GRANDE Q`PLAST	S/.			
	TACHO 100LT CEL PLAST	S/.			
	TACHO 145 LT DURAPLAST	S/.			
	TACHO 140 LT CEL PLAST	S/.			
	COLGADORES MULTIPLES	S/. 8.50			
	TACHO 60 LT CEL PLAST	S/.			
	BALDE COMERCIAL REY 20LT	S/.			
	BALDE CHICHERO REY 20LT	S/.			
	BALDE 12 LT COSMO PLAST	S/. 8.50			
COMERCIAL EL PAISA S.R.L.	ALMOHADAS SOÑADOR	S/. 6.50		IQUITOS	C NTADO
	EDREDON	S/.			
	COLCHAS POLARES	S/.			
	COLCHAS ACRILICAS ESTAMP.	S/.			
	PICADORES DE VERDURAS	S/. 8.00			
	SET DE TEFLONES	S/.			
	LICUADORA IMACO VASO VIDRIO	S/.			
	LICUADORA IMACO VASO PLASTICO	S/.			
	LICUADORA BLENDER VASO VIDRIO	S/.			
	LICUADORA INTERNATIONAL VASO VIDRIO	S/.			
PRAGSAC	SH SEDAL 350ML EN TODAS LAS	S/.	P. X MY	IQUITOS	CREDITO
COMERCIAL SAN JUAN	SH. H&S 400ML TODAS LAS PRESENTACIONES	S/. 16.00	P. X MY	IQUITOS	CREDITO
	SH. H&S 700ML TODAS LAS PRESENTACIONES	S/.			

Fuente: Autora del Informe

2.4. Estructura comercial

2.4.1. Segmento de mercado

Los mercados que abarca COMERCIAL AVIR son los distritos de Punchana, Belén, San Juan, Maynas.

Hay la existencia de zonas de Zungarococha, Pampachica, San Lorenzo, Nanay, 9 de Octubre, Cardozo, Putumayo, Masusa, Morona Cocha, Secada, Terminal, Villa Olímpica, Barrio Florido, Los Ángeles, Rumo Cocha, Camelias, Céntrica, Santo Tomás, y la zona de Punchana.

CUADRO Nº 06

DISTRITOS	VIVIENDA (2007)	Población estimada (2014)
Iquitos.	32 853	153.357
Belén.	13 581	75.593
Punchana.	15 261	90.071
San Juan Bautista.	23 981	148.472
Total	**85 676**	**467.493**

Fuente: Autora del Informe

De acuerdo al cuadro Nº 06 se deduce que la población más numerosa es el Distrito de Iquitos.

CUADRO DE PORCENTAJES DE CLIENTELA DE COMERCIAL AVIR

DISTRITOS	% DE CLIENTELA	POBLACION ESTIMADA (2014)
IQUITOS	20%	153 357
BELEN	35%	75 593
PUNCHANA	20%	90 071
SAN JUAN BAUTISTA	25%	148 472
TOTAL	**100%**	**467 497**

Fuente: Autora del Informe

De acuerdo al cuadro anterior se deduce que la mayor clientela de Comercial AVIR se concentra en el Distrito de Belén a pesar de ser la menos poblada; por la falta de tiendas comerciales que brinden servicios crediticios, el Distrito de San Juan Bautista hay un 25% de clientes de Comercial AVIR.

2.4.2. Productos

Los productos que ofrece COMERCIAL AVIR son tinas, baldes, tachos, platos hondos y extendidos de todos los tamaños, vasos, tazas, toallas, colchas polares y acrilicas, juego de sabanas , juego de ollas, cestos para ropa, utilitario, aceitillo, talco, shampoo de todas las marcas, almohadas, bolsones, carteras, licuadoras, planchas, cepillero, espejos, kekeras, perchero, jarra de todas las marcas, despenseros de todas las marcas, fuentes, cocina a gas, adornos navideños, set de tortas, bolos, juego de vasos con jarra, plateros grandes y medianos, sandalias de diferentes modelos, hamacas, mosquiteros, bañeras para bebes, entre otros.

CUADRO Nº 07

PRODUCTOS	MARCAS
TINAS SIXTNA	CEL PLAST
TINA CUARENTINA	CEL PLAST
TINA #90	COSMO PLAST
BALDE COMERCIAL 20LT	REY
BALDE CHICHERO	REY
BALDE 8.5LT	COSMO
BALDE 12LT	MAGINSA
VASOS JUGUEROS	CRISTAR
VASOS SHOMP	CRISTAR
TOALLAS PLAYERAS	LUCKY
TOALLAS BORDADAS	CASATEX
COLCHA POLAR	CASATEX
COLCHA ACRILICA	CASALUNA
JUEGO DE SABANAS X 4PZ	CASATEX
JUEGO DE SABANAS X 4PZ	AMAZONA
JUEGO DE OLLAS X 7PZ	DIVAL
JGO DE OLLAS X 6PZ	CISNE
JUEGO DE OLLAS X 6PZ	AMERICA
CESTO VENECIA GRANDE	Q`PLAST
CESTO GALAN GRANDE	Q`PLAST
CESTO DARIO	REY
CESTO CANGURO	REY
CESTO CORCEL	Q`PLAST
CESTO REDONDO	Q`PLAST
ACEITILLO 350ML	BABY OIL
TALCO	BABY POWDER
SHAMPOO SEDAL 350ML	UNILEVER
SHAMPOO H&S 400ML	P&G
SHAMPOO H&S 700ML	P&G
TACHO 145LT SANSON	DURAPLAST
TACHO 140LT HIPERTACHO	CEL PLAST
TACHO 100LT SUPERTACHO	CEL PLAST
TACHO 60LT	CEL PLAST
TACHO 50LT	POLIN PLAST
TACHO 80LT	Q`PLAST
ALMOHADAS	SOÑADOR
CEPILLERO MOD. FELICIDAD	Q`PLAST
PLANCHA A VAPOR	IMACO
PLANCHA PESADA	INTERNATIONAL
PLANCHA LIVIANA	INTERNATIONAL
LICUADORA VASO PLASTICO	INTERNATIONAL
LICUADORA VASO VIDRIO	INTERNATIONAL
LICUADORA VASO VIDRIO	IMACO
LICUADORA VASO PLASTICO	IMACO
OLLA ARROCERA 2.2LT	OSTER
OLLA ARROCERA	INTERNATIONAL

HERVIDOR ELECTRICO	INTERNATIONAL
PORTAKEKE + ESPATULA	REY
PORTAKEKE	DURAPLAST
COLGADORES MULTIPLES	Q`PLAST
PERCHERO X 12PZ	Q`PLAST
JARRA COMERCIAL 4.5LT	BASA
JARRA 3.5LT	BASA
JARRA + 3 VASOS	SAONSA
JARRA SEÑORIAL	JORPLAST
JARRA CALIFRONIA	JORPLAST
DESPENSERO X3PZ GRANDE	BASA
DESPENSERO PRIMAVERA	REY
DESPENSERO MAGISTRAL	REY
DESPENSERO MAADRID	REY
COCINA A GAS 2HORNILLAS	SURGE
COCINA A GAS 4 HORNILLAS	SURGE
BOLO ROMANO	Q`PLAST
BOLO	BASA
BOLO FLORAL	Q`PLAST
SET DE VASOS	CRISTAR
PLATERO CON PORTAVASOS	DURAPLAST
PLATERO GRANDE	REY
PLATERO ERGONOMIO	DURAPLAST
SANDALIAS DIF. MODELOS	YURI
MOSQUITERO TULL 2PLAZAS	CASTEX
MOSQUITERO TULL 2 1/2PLAZAS	CASTEX
BAÑERA PARA BEBE	Q`PLAST
OTROS	

Fuente: Autora del Informe

En el cuadro N° 07 se puede apreciar los diferentes productos ofrecidos por Comercial AVIR así como las diferentes marcas.

2.4.3. Participación de mercado

COMERCIAL AVIR tiene una participación activa en el mercado puesto que ha surgido desde que se inició como bodega hasta la actualidad como ventas al crédito de todos los productos que ofrece, siendo así la única empresa que brinda sus servicios de créditos a plazos no mayores a 1 mes, con pagos diarios y semanales.

CUADRO Nº 08

DISTRITOS	% DE CLIENTELA	POBLACION ESTIMADA 2014
Iquitos.	20%	153.357
Belén.	35%	75.593
Punchana.	20%	90.071
San Juan Bautista.	25%	148.472
Total	**100**	**467.493**

Fuente: Autora del Informe

De acuerdo al cuadro anterior se deduce que la mayor clientela de Comercial AVIR se concentra en el Distrito de Belén a pesar de ser la menos poblada; por la falta de tiendas comerciales que brinden servicios crediticios, el Distrito de San Juan Bautista hay un 25% de clientes de Comercial AVIR.

2.4.4. Estrategias comerciales

- **La estrategia de crecimiento acelerado y de rápida expansión empresarial.** Esta estrategia ofensiva tiene como objetivos inmediatos el aumento espectacular de las ventas y la obtención de elevadas cuotas de mercado. El objetivo final de esta estrategia empresarial es lograr un importante incremento de las ventas, un rápido crecimiento del giro empresarial y por consiguiente un importante aumento de los beneficios finales.

- **La estrategia de consolidar la situación de la empresa y asegurar la continuidad de la misma.** Esta estrategia se basa en conseguir un crecimiento constante y sostenido. Este planteamiento estratégico –basado en un crecimiento estable y seguro– busca la obtención de una mayor seguridad financiera mediante un aumento de la rentabilidad, una reducción del endeudamiento, una disminución de los costes y una minoración de las pérdidas provocadas por deudas incobrables.

El objetivo final es realizar una venta selectiva y con un estricto control del crédito, de forma que la facturación realizada es más fiable y de bajo riesgo; consiguientemente no hay sorpresas desagradables y se consiguen los beneficios esperados. Además se necesitan menos recursos para controlar el crédito de clientes y efectuar el cobro de boletas.

2.5.Estructura financiera

El capital de la Empresa Unipersonal es la suma de Cinco mil Nuevos Soles (S/. 5 000.00). La Empresa formará una reserva legal con el diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de cada ejercicio, hasta completar el cincuenta por ciento (50%) del capital. En caso de que este último porcentaje disminuyere por cualquier causa, la Empresa deberá seguir apropiando el mismo diez por ciento (10%) de utilidades liquidas de los ejercicios siguientes hasta cuando la reserva legal alcance nuevamente el límite fijado. En caso de pérdidas, éstas se cubrirán con las reservas que se hayan constituido para ese fin y en su defecto, con la reserva legal.

CUADRO Nº 09

COMERCIAL AVIR			
BALANCE GENERAL			
AL 02 DE FEBRERO DEL 2015			
(Expresado en Nuevos Soles)			
ACTIVO	Totales	**PASIVO Y PATRIMONIO**	Totales
	2015		**2015**
ACTIVO CORRIENTE		**PASIVO CORRIENTE**	
Caja/Bancos	10,080.00	Sobregiros Bancarios	0.00
Inversiones Financieras	0.00	Proveedores (Ctas x Pagar Comerciales)	900.00
Clientes (Cuentas por Cobrar Comerciales) (neto)	43,417.50	Cuentas por Pagar a partes relacionadas	0.00
Cuentas por Cobrar a partes relacionadas	2,018.50	Tributos por Pagar	20.00
Otras Cuentas por Cobrar	0.00	Remuneraciones por pagar	1,750.00
Existencias (Mercaderias)(Productos Terminados)	34,720.00	Ctas. por pagar diversas	56,971.00
Gastos Diferidos	0.00	Otras Cuentas por Pagar	0.00
Suministros Diversos	0.00		
Crédito Fiscal	0.00		
Materias Primas	0.00		
Gastos Pagados por Anticipado	0.00		
Otros Activos	0.00		
TOT ACTIVO CORRIENTE	90,236.00	**TOTAL PASIVO CORRIENTE**	59,641.00
ACTIVO NO CORRIENTE		**PASIVO NO CORRIENTE**	
Otras Cuentas por Cobrar	0.00	Deudas a Largo Plazo	0.00
Inmuebles Maquinaria y Equipos (neto) (-	0.00	Beneficios Sociales	0.00
) Depreciacion y Amort. Acumul Activos	0.00	Ganancias Diferidas	0.00
Intangibles (neto)	0.00	Compensación por Tiempo de Servicio (CTS)	0.00
Otros Activos	0.00		
TOT ACTIVO NO CORRIEN	0.00	**TOTAL PASIVO NO CORRIENTE**	0.00
		PATRIMONIO	
		Capital Social	30,595.00
		Capital adicional	0.00
		Resultados Acumulados	0.00
		Resultados del Periodo	0.00
		Reservas Legales	0.00
		TOTAL PATRIMONIO	30,595.00
TOTAL ACTIVO	90,236.00	**TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO**	90,236.00

Fuente: Autora del Informe

RATIOS

$$\textbf{LIQUIDEZ GENERAL} = \frac{\textbf{ACTIVO CORRIENTE}}{\textbf{PASIVO CORRIENTE}} = \textbf{veces}$$

$$\text{LIQUIDEZ GENERAL} = \frac{90{,}236.00}{59{,}641.00} = 1.51$$

Esto quiere decir que el activo corriente es 1.51 veces mayor que el pasivo corriente; o que por cada S/. 1.00 de deuda, la empresa cuenta con S/. 1.51 para pagarla.

$$\textbf{PRUEBA ACIDA} = \frac{\textbf{ACTIVO CORRIENTE} - \textbf{INVENTARIOS}}{\textbf{PASIVO CORRIENTE}} = \textbf{veces}$$

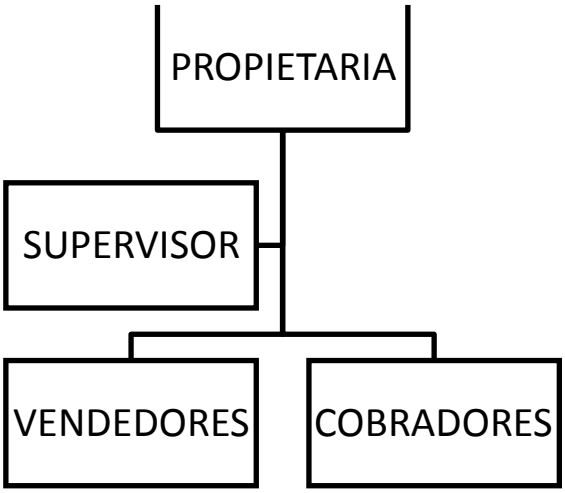
$$\text{PRUEBA ACIDA} = \frac{90{,}236.00 - 34{,}720.00}{59{,}641.00} = 0.93$$

$$\textbf{CAPITAL DE TRABAJO} = \textbf{ACTIVO CORRIENTE} - \textbf{PASIVO CORRIENTE} = \textbf{UM}$$

$$\text{CAPITAL DE TRABAJO} = 90{,}236.00 - 59{,}641.00 = 30{,}595.00$$

2.6. Estructura organizacional

CUADRO Nº 10



Fuente: Autora del Informe

PROPIETARIA

Es la propietaria del negocio y es quien representa a la empresa ante cualquier eventualidad, también es la que ve las diferentes operaciones o transacciones comerciales que realiza la empresa.

- Hace uso de la firma yo razón social
- Planificar, organizar, dirigir y controlar la actividad empresarial
- Diseñar las políticas y planes de acción de la organización
- Designar los empleados que requiera el normal funcionamiento de la compañía y señalarles su remuneración

SUPERVISOR

Encargado de ver el cumplimiento del trabajo de cada cobrador y vendedor, inspecciona cada zona o área de cobranza, supervisar a la clientela, los importes de los productos otorgados a crédito por la empresa, en función a los estándares pre establecidos. Para ello el supervisor debe tener el siguiente perfil:

- Edad 25 años mínimo
- Conocimiento del trabajo: esto implica que deba conocer el campo de trabajo
- Debe conocer las políticas, reglamentos y costumbres de la empresa, su grado de autoridad, esta es una de las características más importantes del supervisor.
- Él tiene la tarea de coordinar el trabajo de los vendedores para garantizar que los clientes reciban el mejor de los servicios.
- El supervisor de ventas debe poseer la habilidad para el trabajo bajo presión, facilidad de palabra, iniciativa para la búsqueda de nuevas alternativas de venta
- Rinde cuenta ante la propietaria
- Otros que se considere pertinente

VENDEDOR

Realizar la venta de los productos, buscar clientes y convencer al cliente de la calidad del producto que ofrece Comercial AVIR mediante la venta directa, y sobretodo que en

precio "nadie" nos gana, y reportar las ventas realizadas durante el dia. El vendedor debe tener el siguiente perfil:

- Experiencia como vendedor
- Conocer los productos, esto implica conocer sus ventajas, desventajas. En fin todos aquellos datos que le permitan manejar las posibles objeciones en el proceso de ventas.
- Conocer la competencia, esto implica saber qué empresas comparten el mercado con la empresa que representa, qué tipos de productos ofrecen, qué segmentos de mercados atienden y sobretodo cuáles son sus puntos débiles y cuales los fuertes. Si un vendedor no sabe contra quien lucha por el mercado ¿cómo sabrá cómo atacarle?
- Debe ser observador y tener capacidad de reacción. En su dia a dia, tendrá que adaptarse constantemente a diferentes situaciones
- Otros que considere pertinente

COBRADOR

- Llegar a todos los clientes, realizar las cobranzas diariamente y si fuere el caso semanalmente, y reportar la cobranza del dia al encargado.
- No menor de 18 años

CAPITULO III

3. Del desempeño profesional

3.1. Contribución del área del desempeño profesional al objetivo de la empresa

El Gerente es el Representante Legal de la Empresa, con facultades, por lo tanto, para ejecutar todos los actos y contratos acordes con la naturaleza de su encargo y que se relacionen directamente con el giro ordinario de los negocios de la Empresa. En especial, el Gerente tendrá las siguientes funciones:

1. Usar de la firma o razón social;
2. Designar los empleados que requiera el normal funcionamiento de la compañía y señalarles su remuneración.

3. Constituir los apoderados judiciales necesarios para la defensa de los intereses sociales.

3.2. Cargos, cronología y funciones desempeñados

3.2.1. COMERCIAL "EL PAISA" S.R.L.

Cargo : Asistente administrativo

Periodo : del 02 de Enero 2009 – 02 de Junio 2009

Funciones : Ordenamiento de documentación, registro de inventarios

3.2.2. ESTUDIO AQUINO S. Civ. R. Ltda.

Cargo : Asistente Contable y administrativo

Periodo : 01 Setiembre 2009 a 31 marzo 2010.

Funciones : Ordenamiento de documentación, registro de inventarios, registro de compras y ventas al sistema, codificación de cuentas, separar compras y gastos.

3.2.3. PICURO SERVICE SAC

Cargo : Asistente Contable

Periodo : 16 Agosto 2011 al 17 Octubre del 2011.

Funciones : Ordenamiento de documentación, recepción de personal, archivo de documentación

3.2.4. GESTORA Y PROPIETARIA DE COMERCIAL AVIR

LOS INICIOS DE AVIR

El 01 de noviembre del 2008 AVIR dio inicios a sus operaciones como bodega (venta de abarrotes y productos de primera necesidad empezando con un capital de S/. 5000.00 (prestamos que nos concedió Caja Piura), AVIR fue creciendo gracias a la perseverancia de la perseverancia del propietario, el 03 de octubre del 2011, AVIR fue más allá de sus objetivo de ser una empresa comercial de abarrotes; se vio la necesidad de la población de su alrededor de contar con productos no perecibles las cuales habían que dejarse a créditos; es asi como bodega AVIR se convierte en Comercial AVIR hasta la actualidad que busca aun mas emplazarse en el mundo de los negocios y crecer en otros rubros como alquiler de departamentos en la ciudad de Iquitos.

3.3. Contribución profesional a los objetivos empresariales

3.3.1. Emprendimiento, gestación de Comercial AVIR

Para crear la empresa se identifica una idea de negocio, luego el régimen al cual debería pertenecer dicho negocio y procesar la documentación correspondiente para la constitución de la empresa.

Se identifica la necesidad de la población alrededor de Comercial AVIR que faltaba satisfacer; una de las razones es la falta de abastecimiento de agua potable, por lo que la población necesitaba de la adquisición de tachos grandes para que puedan recolectar sus aguas de la cisterna y muchas veces no contaban de dinero suficiente para dicha adquisición.

3.3.2. Sondeo de mercado

La opinión de necesidades del mercado utiliza un sondeo de un promedio de cincuenta personas (pobladores) a quienes se aplica un cuestionario preguntándoles que les parecía dicha idea de negocio.

Las zonas o segmentos que abarcan Comercial AVIR son lugares rurales que tienen necesidades materiales y que muchas veces re curren a este tipo de créditos para suplir las necesidades.

Ejemplo de cuestionario

EVALUACION DEL SERVICIO PRESTADO

1. **¿Qué idea de negocio recomendaría ud.?**
    - Industria
    - Comercio
    - Otros
2. **¿le interesaría a ud. Si se considerara una idea de negocio comercial de venta al:**
    - Contado
    - Crédito
3. **Si fuera nuestro nuevo servicio disponible en el mercado, ¿lo recomendaría?**
    - Si
    - No
4. **¿Qué le gusta mas de nuestro servicio?**

5. **¿Qué le gusta mas en los servicios semejantes de otras compañías en competencia?**
    - Precio
    - Producto
    - Atención
    - Otros (especifique)
6. **Que haría aumentar su potencial interés en nuestro nuevo servicio?**

7. **¿Cuál es su impresión general al usar de nuestro servicio nuevo?**
    - Excelente
    - Bueno
    - Malo

3.3.3. Tipo de empresa

VENTAJAS

PERSONA NATURAL	PERSONA JURIDICA
La constitución de la empresa es sencilla y rápida, no presenta mayores trámites, la documentación requerida es mínima	Tiene responsabilidad limitada, es decir, el dueño o los dueños de la empresa, asumen solo de forma limitada la responsabilidad por las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa, las cuales solo se garantizan con los bienes, capital o patrimonio que pueda tener la empresa.
No requiere de mucha inversión, no hay necesidad de hacer mayores pagos legales	Mayor disponibilidad de capital, ya que éste puede ser aportado por varios socios.
No se les exige llevar y presentar libros y documentos contables	Mayores posibilidades de poder acceder a créditos financieros, los bancos o entidades financieras se muestran más dispuestos a conceder préstamos a personas jurídicas antes que a personas naturales.
Si la empresa no obtiene los resultados esperados, el giro del negocio puede ser replanteado sin ningún inconveniente	Posibilidad de acceder sin mayores restricciones a concursos públicos
Las empresas constituidas bajo la forma de persona natural pueden liquidadas o vendidas fácilmente	El propietario y los socios trabajadores de la empresa, pueden acceder a beneficios sociales y seguros
La propiedad, el control y la administración recae en una sola personas	
Se puede ampliar o reducir el patrimonio de la empresa sin ninguna restricción	
Se pueden acogerse a regímenes mas favorables para el pago de impuestos	

DESVENTAJAS

PERSONA NATURAL	PERSONA JURIDICA
Tiene responsabilidad ilimitada, es decir, el dueño asume de forma ilimitada toda la responsabilidad por las deudas y obligaciones que pueda contraer la empresa, lo que significa que deberá garantizar dichas deudas y obligaciones con su patrimonio o bienes personales	Mayor dificultad al momento de constituirla, presenta una mayor cantidad de trámites y requisitos
	Requiere de una mayor inversión para su constitución
	Se les exige llevar y presentar una mayor cantidad de libros contables
Capital limitado solo a lo que pueda aportar el dueño	La propiedad, el control y la administración pueden recaer en varias personas (socios)
Presenta menos posibilidades de poder acceder a créditos financieros, los bancos o entidades financieras se muestran menos dispuestos a conceder préstamos a personas naturales Falta de continuidad en caso de incapacidad del dueño	Presenta una mayor cantidad de restricciones al momento de querer ampliar o reducir el patrimonio de la empresa
	Presenta una mayor dificultad para liquidarse o disolverse

- Una de las ventajas de Comercial AVIR es la condición de venta (Crédito y contado) que realiza a comparación de otros negocios que solo dan al crédito.
- El precio de los productos son más bajos que la de otras empresas crediticias de los mismos productos.
- Otras de ventajas que se les da garantía en caso si el producto fuere un artefacto
- La desventaja es que AVIR corre riesgos de tener clientes morosos o en el peor de los casos con clientes evadidos (no recuperables) en caso de inundaciones.

3.3.4. Régimen tributario

La propietaria de Comercial AVIR optó por el régimen Único Simplificado (RUS) como régimen tributario por la ventaja del pago de impuestos y también por la simplicidad en las declaraciones mensuales.

VENTAJAS

<table>
<tr><th>NUEVO REGIMEN UNICO SIMPLIFICADO (RUS)</th><th>REGIMEN ESPECIAL DE RENTA (RER)</th></tr>
<tr><td>Ubicarse en una categoría y pagar de acuerdo con su realidad económica.</td><td rowspan="4">Rebaja sustancial en las tasas, así para el caso de rentas de tercera categoría que provengan exclusivamente de la realización de actividades de comercio y/o industria, la alícuota disminuye de 2.5% a 1.5%; en tanto que para rentas de tercera categoría que provengan exclusivamente de la realización de actividades de servicios, o de la realización conjunta de actividades de comercio y/o industria y actividades de servicio, la tasa se reduce de 3.5% a 2.5% sobre sus ingresos netos mensuales, es decir, en ambos casos hay una reducción de un punto porcentual, convirtiéndose así en una alternativa interesante para los microempresarios.</td></tr>
<tr><td>Sintetiza los tres impuestos en un solo tributo de liquidación mensual: (el Impuesto a la Renta, el Impuesto General a las Ventas y el Impuesto de Promoción Municipal), siendo la carga tributaria bastante reducida.</td></tr>
<tr><td>Tributariamente los contribuyentes de este régimen están beneficiados por que las infracciones son más bajas que en los otros regímenes</td></tr>
<tr><td>No tienen obligación de llevar contabilidad.</td></tr>
<tr><td>No presentan Balance Anual.</td><td rowspan="2">Permite la emisión de facturas y la inclusión de personas jurídicas.</td></tr>
<tr><td rowspan="2">No están obligados a presentar declaraciones (sólo efectúan pagos)</td></tr>
<tr><td>Los sujetos acogidos al RER sólo están obligados a llevar Registro de Compras y Registro de Ventas, eliminando así la obligación de llevar otros libros y registros contables como el Libro de Inventarios y Balances.</td></tr>
</table>

DESVENTAJAS

NUEVO REGIMEN UNICO SIMPLIFICADO (RUS)	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA (RER)
Las Personas Jurídicas no están comprendidas: las personas jurídicas que se caracterizan por la responsabilidad limitada de sussocios no están comprendidas en este Régimen, en una gran limitación debido a que los empresarios que se acojan al mismo tendrán responsabilidad ilimitada, por lo que correrán mayores riesgos al ver comprometido su patrimonio personal, lo cual desalienta la inversión.	Obligación de llevar registro de compras y registro de ventas.
Prohibición de emitir facturas: los que se acogen a este régimen están prohibidos de emitir y/o entregar facturas, liquidaciones de compra, tickets o cintas emitidas por máquinas registradoras que permitan ejercer el derecho al crédito fiscal o ser utilizados para sustentar gasto y/o costo para efectos tributarios, notas de crédito y débito. Muchos clientes potenciales requieren de factura para sustentar costo y/o gasto para efectos tributarios y usar el crédito fiscal del IGV. Los contribuyentes del Nuevo RUS además de estar impedidos de otorgar factura, las boletas y tickets que emiten sólo son deducibles en un 6% del total de comprobantes que sí otorgan derecho a deducir. Por ejemplo una empresa no le conviene comprar mucho de una tienda me entregue una boleta de venta. La razón esta en que una boleta de venta no va a rebajar mi impuesto general a las ventas a pagar cuando haga mi liquidación de impuestos.	
Financieramente, los contribuyentes del Nuevo RUS no son muy aceptados para otorgarles un crédito.	

CATEGORÍAS	PARÁMETROS		CUOTA MENSUAL (S/.)
	Total ingresos Brutos Mensuales (Hasta S/.)	Total Adquisiciones Mensuales (Hasta S/.)	
1	5,000	5,000	20
2	8,000	8,000	50
3	13,000	13,000	200
4	20,000	20,000	400
5	30,000	30,000	600

Fuente: boletín Sunat

3.3.1. Decisiones estratégicas

a) Tipo de producto

Los productos que ofrece AVIR en su mayoría no son perecibles tales como tinas, tachos y baldes de todo tamaño en las marcas Q" Plast, Rey, Basa, y como también tiene productos perecibles que son los productos de primera necesidad, Comercial AVIR eligió la comercialización de estos productos porque son las que tiene mas demanda en el mercado y son necesidades que contaba la población.

b) Segmento a atender

Los segmentos a atender y brindar los productos de AVIR cabe recalcar son zonas rurales y fuera de Iquitos como son Barrio Florido, Padre Cocha

c) Diseño de sistemas de control

Zona de Punchana - Circunvalación

Primera semana	**Lunes 02-03-15**	**Martes 03-03-15**	**Miércoles 04-03-15**	**Jueves 05-03-15**	**Viernes o6-03-15**	**Sábado 07-03-15**	**Total**
Diario	S/. 61	S/. 68	S/. 80	S/. 107	S/. 86	S/. 131	S/. 533
Semanal	S/. 15	S/. 5		S/. 5			S/. 25
Total	S/. 76	S/. 73	S/. 80	S/. 112	S/. 86	S/. 131	S/. 558

CALCULO	558 X 25%= 139.50
NETO A PAGAR	S/. 139.50

Zona San Juan Bautista - Terminal

Primera semana	Lunes 02-03-15	Martes 03-03-15	Mierc. 04-03-15	Jueves 05-03-15	Viernes o6-03-15	Sábado 07-03-15	Total
Diario	S/. 96	S/. 48	S/. 30	S/. 30	S/. 53	S/. 86	S/. 343
Semanal	S/. 155	S/. 78		S/. 91	S/. 18		S/. 342
Total	S/. 251	S/. 126	S/. 30	S/. 121	S/. 71	S/. 86	S/. 685

CALCULO	685 X 25%= 171.25
NETO A PAGAR	S/. 171.25

3.4. Limitaciones para el desempeño de las funciones

3.4.1. Internas

Personal cantidad y nivel de formación: Esta limitado por el personal que cuenta, ya que éstos no tienen el nivel de educación superior

Equipos – software: Comercial AVIR no cuenta con equipos ni un software para almacenar información de sus diversas operaciones, no tiene un sistema de inventarios, un sistema de venta, de todos ellos adolece Comercial AVIR.

Financiera: muchas veces en este tipo de negocios se necesita financiamiento, por lo cual Comercial AVIR tiene que recurrir a entidades financieras tales como la Caja Maynas y Mi Banco.

Comercial – vendedores: en el ámbito comercial respecto a los vendedores, Comercial AVIR solo cuenta con dos vendedores quienes a su vez van a diario por las diferentes zonas o segmentos de mercado abarcados por Comercial AVIR

Local: Esta limitado también por el local que es un tanto pequeña, no tiene un acondicionamiento y por lo tanto no cuenta con una oficina propia por falta de presupuesto.

3.4.2. Externas

Idiosincrasia – cultural: El nivel de la clientela se ve limitada por segmentos donde la población urbana no tiene una necesidad de crédito puesto que cuentan con una solvencia económica (personas de alto nivel económico)

Restricciones municipales: Comercial AVIR en tiempos pasados tuvo ciertos percances respecto a la formalidad en su gestión administrativa, por el tamaño del negocio que la municipalidad de su jurisdicción exigía, dicho percance fue superado con cumplir con exigido por la entidad estatal.

Nivel de morosidad: los cambios y fenómenos de la naturaleza como la creciente de las aguas hacen que la clientela migren a otros lugares aumentando así el nivel de morosidad, y que es un riesgo en el capital de Comercial AVIR.

Falta de crédito en los proveedores: Carece de créditos por parte de los proveedores, hay temporadas que Comercial AVIR necesita de implementación de mercaderías y a veces no cuenta con efectivo al instante y es donde se necesita de créditos de los proveedores.

Las estrategias publicitarias de la competencia: Las competencias de Comercial AVIR cabe señalar que utilizan medios auditivos para realizar su publicidad y esto es un punto en contra de Comercial AVIR.

3.5. Propuestas para superar las dificultades encontradas

Ninguna limitación debe ser motivo para no perseverar en un proyecto las mismas limitaciones al momento de identificarlas nos ayudan a superarlas de las que se identificó para Comercial AVIR y se propone para ello como sigue:

- Brindar capacitación al personal una vez al año por lo menos en lo que respecta al trato con el cliente y todo lo referente al negocio.

- Diseñar un sistema de inventario que es lo esencial e implementar con equipo de cómputo y software a la empresa.
- Buscar proveedores que brinden créditos a la empresa

Conclusiones

En conclusión podemos decir:

1. La experiencia profesional ha permitido demostrar que el esfuerzo académico de los docentes tiene resultados suficientes para el desempeño profesional del egresado. Sin embargo dichos docentes no reciben el debido reconocimiento por parte de la entidad en la que laboran, como un diploma o certificación para incentivar aún más sus esfuerzos en sus labores educativas.
2. En el área de cobranzas existen deficiencias relacionadas con el trato al cliente por parte del personal que labora en dicha área; esto debido a que el personal de cobranza no ha tenido una capacitación por profesionales en dicha área de campo.
3. El local que actualmente alberga a Comercial AVIR es insuficiente en lo que respecta al tamaño, ambientes y seguridad.
4. Insuficiencia de equipos de movilidad para realizar las cobranzas en forma oportuna, ya que el personal no cuenta en su mayoría con una movilidad (moto) para realizar sus labores de cobranzas lo que dificulta la cobranza oportuna y bajar el porcentaje del nivel de morosidad en los clientes.
5. Ausencia de un sistema de inventario para el control de las mercaderías, Comercial AVIR no cuenta con un sistema de inventarios o un software que le permita controlar sus mercaderías de manera oportuna y sistemática puesto que muchas veces las entidades financieras requieren de una información financiera de la empresa al instante con lo cual muchas veces no cuenta.

Recomendaciones

1. Motivar el esfuerzo de los docentes para reforzar la formación académica de los estudiantes, a través de capacitaciones.
2. Con fines de reducir costos y aumentar competitividad la empresa debe priorizar a los empleados desarrollando un programa de capacitación estructurado con bases simples pero prácticas que sean muy puntuales en sus temas y en la forma de aplicarlos, los tiempos modernos no permiten largas sesiones o largos periodos de prueba que no impacten de manera significativa en los bienes de la empresa es por esto que planeación, ejecución, evaluación y seguimiento de un programa de capacitación es fundamental para el desarrollo del recurso humano de la empresa.
3. La propietaria debe contar con la adquisición de un local más amplio donde pueda tener ambientes más apropiados como una oficina de gerencia, un área de compras y ventas, o una sala de reuniones.
4. Implementar con equipos de movilidad al personal de cobranzas para su mejor rendimiento. La movilidad, lejos de ser simplemente un canal de transporte emergente, está irrumpiendo en los modelos tradicionales de negocio, ofreciendo a las compañías mayor rendimiento en lo que respecta a cobranzas con resultados excelentes.
5. Implementar con un software y diseñar un sistema de inventarios para un mejor control de la mercadería, y saber que mercaderías se tienen disponibles para la venta y tener información en el sistema cuando se requiera de realizar un préstamo para facilitar los trámites para dicha operación financiera.

Bibliografía

FLORES, Soria Jaime, Contabilidad Gerencial, *Contabilidad de Gestión Empresarial Teoría y Práctica*, Segunda edición, Centro de Especialización en Contabilidad y Finanzas E.I.R.L., 2011, pp. 536.

HUGHES G. David, MCKEE Daryl, SINGLER Charles H., Administración de ventas, Un enfoque de orientación profesional, International Thomson Editores, 2000, pp 453.

RAMÍREZ, Padilla David Noel, Contabilidad Administrativa, Octava edición, McGraw Hill, 2008, pp. 607.

http://www.gerencie.com/emprendimiento.html,

http://www.monografias.com/trabajos93/mypes-peru/mypes-peru.shtml#ixzz3LVgWnerz

http://blogs.gestion.pe/economiaparatodos/2014/11/que-podemos-esperar-del-ano-2015.html

http://peru21.pe/politica/ricardo-lago-economia-mundial-esta-empeorando-2204740

lhuaruco@diariogestion.com.pe

http://gestion.pe/economia/estas-son-medidas-propuestas-hoy-ejecutivo-dinamizar-economia-2113144