



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
“ANÁLISIS DE LOS PROCESOS DE REGISTRO DE COMPRA Y VENTA DE
LA EMPRESA DI MOTOS S.R.L - UCAYALI 2021”**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

PRESENTADO POR:

Bach. ANDY ARMANDO MORI DE BRITO

ASESOR

C.P.C.C MG. SILVIA VIRGINIA MONTOYA TORRES

UCAYALI, AGOSTO 2021

DEDICATORIA

A Dios por haberme permitido llegar hasta este punto de mi vida y haberme dado salud y fortalecerme para lograr con mis objetivos. A mi querida madre Doris y hermana Claudia por el apoyo en absoluto que me dieron durante este proceso, por las enseñanzas, consejos, valores, y por todo el apoyo constante durante mi formación profesional. Y de manera especial para mi enamorada Xiomara, padre y hermanos que me apoyaron en todo momento, a todos los mencionados les dedico este trabajo porque son la razón y motor de superación para seguir cumpliendo mis sueños.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por siempre velar por mi bienestar y mi seguridad, por las constantes bendiciones, sabiduría y por estar a mi lado durante todo momento.

A mi tutora de tesis y profesores, que me instruyeron y me compartieron sus conocimientos para forjarme como profesionales.

INTRODUCCIÓN

Actualmente se han multiplicado los estudios tendentes a analizar la información como factor clave para la toma de decisiones en las empresas, clave de la gestión, y eje conceptual sobre el que gravitan los sistemas de información empresariales.

Se considera que la información es un recurso que se encuentra al mismo nivel que los recursos financieros materiales y humanos, hasta el momento habían constituido los ejes sobre los que había girado la gestión empresarial.

Desde este punto de vista en un mundo cada vez más complejo y cambiante, origina una necesidad cada vez más acuciante de información para la toma de decisiones, tanto para abordar nuevos mercados, como para proteger a la empresa de agentes externos que pueden vulnerar su estabilidad.

Así como los procesos de compras y ventas que son importantes para una empresa, la venta es un proceso bastante especializado, que requiere de un trabajo profesional para la elaboración de una estrategia que permita obtener las mejores condiciones. El proceso involucra una cuidadosa planificación y ejecución de sus diferentes etapas, y hay que tener en cuenta que cada proceso de venta es diferente, al igual que las ventas, las compras comprenden un proceso complejo que va más allá de la negociación, con una buena gestión de compras la empresa consigue ahorrar costes, satisfacer al cliente, en tiempo y cantidad, y obtener beneficios empresariales directos, pues la gestión de compras y aprovisionamiento son decisivas para que la empresa tenga éxito o fracaso.

Si la empresa no cuenta con un buen análisis en el proceso de compras y ventas no podrán realizar una buena toma de decisiones, la presente investigación tiene como finalidad poder ayudar en la toma de decisiones, así como también reducir mejorar los tiempos en los que se realizan dichos procesos.

RESUMEN

Actualmente es notable analizar los procesos de compras y ventas, son necesarios en la mayoría de empresas para poder cumplir con los objetivos de los negocios así como también en la toma de decisiones, pero hay muchas empresas que no cuentan con un adecuado análisis de información que les permita mejorar sus procesos de compras y ventas, el cual hace que la empresa tenga pérdida de tiempo en cuanto a la atención, es por ello que la presente investigación tiene como objetivo general determinar las causas del inadecuado proceso de los registro de compra y venta de la empresa DI MOTOS S.R.L - Ucayali 2021, El tipo de investigación fue básica, el nivel de investigación fue descriptivo el diseño de la investigación descriptivo, no experimental, la población está compuesta por 12 trabajadores de la empresa DI MOTOS S.R.L - Ucayali – 2021. En cuanto a los resultados se pudo observar que en el registro de compra, no se registran en forma cronológica las compras de bienes y servicios y que además nunca los comprobantes como facturas, boletas, etc., se encuentran archivados en un orden específico y la empresa no cuenta con personal capacitado para realizar los registros de compras. En cuanto a los registros de ventas, nunca existe un registro donde se pueda ver exactamente qué cantidades se venden, como también nunca los registros de ventas se encuentran ordenados para la toma de decisión y que los trabajadores no utilizan los registros de ventas para saber que falta exactamente.

Palabras Claves: Registro de compra y venta

ÍNDICE

Contenido

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
INTRODUCCIÓN	iv
RESUMEN	6
CAPITULO I	10
ASPECTOS GENERALES	10
1.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO	10
1.1.1. OBJETIVO GENERAL	10
1.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
1.2. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO.	11
1.3. ANTECEDENTES.	11
1.3.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES	11
1.3.2 ANTECEDENTES NACIONALES	12
1.3.2. MARCO HISTÓRICO DE LA EMPRESA.	14
CAPITULO II	16
MARCO TEÓRICO	16
2.1. REGISTROS DE LAS COMPRAS Y VENTAS	16
2.1.1. REGISTROS DE COMPRAS	16

2.1.4. COMPROBANTES DE PAGO	24
2.1.4.1. Factura.....	24
2.1.4.2. Boleta de Venta	24
2.1.4.3. Nota de Crédito.....	25
2.1.4.4. Nota de Débito	25
2.1.4.5. Guía de Remisión	25
2.1.3.6. Liquidación de Compra	26
2.2. REGISTROS DE VENTAS.	26
¿Cómo es el proceso de Ventas?.....	29
La venta como proceso	30
Fases en el proceso de venta.....	32
Importancia del Proceso de Ventas	32
2.3. REGISTROS CONTABLES	33
Reglamento de la Ley de Régimen Tributario Interno.	39
2.4. MARCO CONCEPTUAL.....	45
CAPITULO III.....	53
ANÁLISIS TRIBUTARIO DE LA EMPRESA DI MOTOS S.R.L.....	53
3.1 METODOLOGÍA.....	53
3.1.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	53
3.1.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	54

3.2. Análisis de la situación actual.....	56
CONCLUSIONES.....	58
RECOMENDACIONES.....	59
BIOGRAFÍA.....	60
ANEXOS.....	63

CAPITULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

1.1.1. OBJETIVO GENERAL

- Determinar las causas del inadecuado proceso de los registros de compra y venta de la empresa DI MOTOS S.R.L - Ucayali 2021

1.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los inconvenientes en el registro de compras de la empresa DI MOTOS S.R.L - Ucayali 2021
- Analizar los riesgos que se producen por el inadecuado manejo del registro de ventas de la empresa DI MOTOS S.R.L - Ucayali 2021.
- Describir los problemas generados por la falta de un sistema contable en la empresa DI MOTOS S.R.L - Ucayali 2021

1.2. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO.

El estudio se justifica debido al desarrollo y crecimiento de las ventas y compras en el país los últimos años y a la importancia de su aporte al PBI, el cual va en aumento, por lo que los contribuyentes que realizan transacciones, representan una pieza fundamental para el crecimiento económico del país (Álamo, 2016).

El desarrollo del presente estudio en la empresa DI MOTOS S.R.L, nos permitió determinar soluciones a las necesidades actuales de las áreas de compras y ventas de la empresa.

1.3. ANTECEDENTES.

1.3.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Herrera, (2017), en su tesis: “DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN PARA MEJORAR LOS PROCESOS DE COMPRAS Y VENTAS EN LA EMPRESA HUMAJU”, concluyo que el implementar un sistema permite automatizar, reducir y mejorar los tiempos en los procesos sin perder información importante para la empresa, como son en los procesos de compras y ventas. Como también permitió conocer los riesgos de gestión, en donde estos tengan prioridad en el proceso de desarrollo del sistema, el cual busca darle una mayor satisfacción al cliente mediante la entrega temprana del software, se pudo observar que esta metodología se centra en la funcionalidad que el sistema debe poseer para satisfacer las necesidades del usuario; y siendo una metodología con claridad en sus actividades en las etapas del diseño y construcción de software.

Juan C, (2015), en su tesis: “ANÁLISIS DEL PROCESO DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA INFOQUALITY S.A. EN LA CIUDAD QUITO, AÑO 2014”, concluye: que no cumple con las fases de un proceso de ventas óptimo, al no realizar una gestión adecuada de sus clientes, no dispone de un listado actualizado y no aplican estrategias para captación de nuevos clientes, siendo necesario diseñar un nuevo proceso que incluya actividades para posventa y brinde un adecuado servicio al cliente, con responsables definidos.

Romanelli (2009) En el trabajo de investigación titulado “DISEÑO DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN PARA LA GERENCIA DE VENTAS DE UNA EMPRESA DE MANTENIMIENTO Y SUMINISTRO DE EQUIPOS ANALÍTICOS DE LABORATORIO, UBICADA EN PUERTO ORDAZ, ESTADO DE BOLÍVAR”, el objetivo general fue diseñar un sistema de información para la gerencia de ventas de una empresa de mantenimiento y suministro de equipos analíticos de laboratorio, ubicada en puerto Ordaz, Estado de Bolívar, llegando a la conclusión que la Gerencia de ventas maneja un masivo número de información de forma manual lo cual deben ser guardadas y modificadas en ciertas ocasiones, lo que se convierte en un proceso tedioso. Por esta razón se propuso el Diseño del Sistema de Información.

1.3.2. ANTECEDENTES NACIONALES

Rodríguez T. (2019), en su tesis: “ANÁLISIS, DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN DE REGISTRO DE

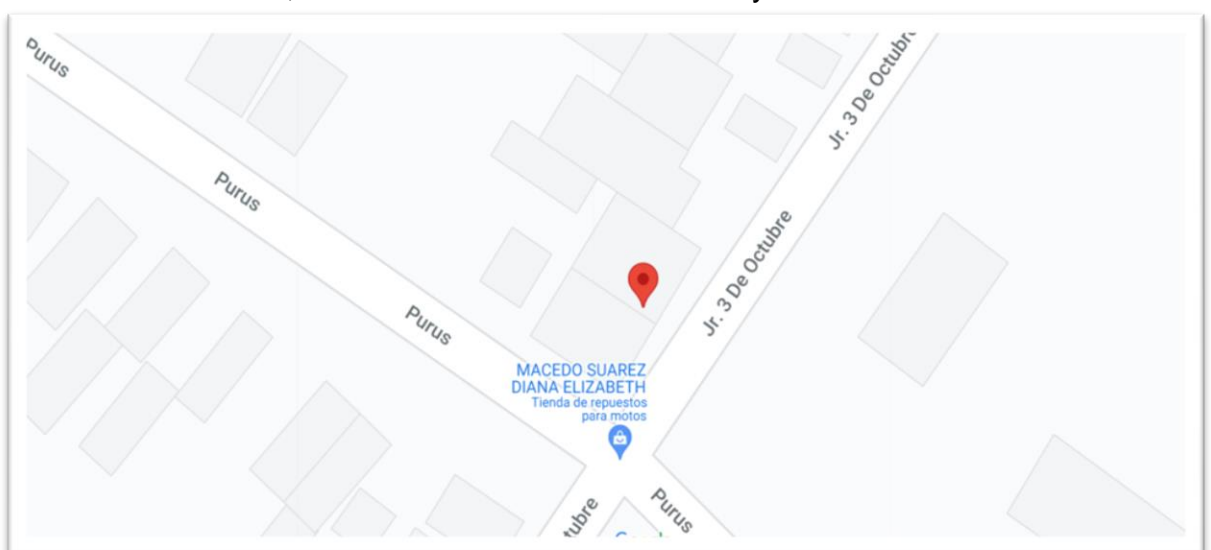
COMPRAS Y VENTAS PARA UNA TIENDA DE ROPA CON ENFOQUE AL SEGMENTO JUVENIL, LIMA 2019". En esta tesis se presenta el desarrollo de un sistema de información que permite gestionar los registros de compras y ventas, de esta manera se ayuda a organizar, controlar y administrar los productos con los que cuenta la empresa que fue tomada como modelo, automatizando sus actividades primarias y mejorando la interacción con sus clientes. El sistema presenta los siguientes módulos: El módulo de ventas, el módulo inventario de ventas y el módulo de catálogo en línea. Este proyecto logro los objetivos de formalizar las reglas del negocio, la elaboración de un prototipo de la posible solución, la definición de la arquitectura y la validación del sistema. **Concluye**, que la implementación de un sistema de información de registro de compras y ventas para una tienda de ropas influye significativamente en los procesos de compra y venta de los productos disminuyendo el tiempo para realizar estas transacciones como también mejora el uso de la información actualizada cuando se requiera para poder tomar decisiones.

Morales Ch. (2018), en su tesis: SISTEMA DE REGISTRO DE COMPRA Y VENTAS PARA REDUCIR EL TIEMPO DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y AUMENTAR EL MARGEN DE UTILIDAD EN LA EMPRESA "CORPORACIÓN DIJOL SRL" LIMA AÑO: 2018, En esta tesis las actividades referentes a los registros de compras y ventas se realizan de forma manual, trayendo como consecuencia la pérdida de tiempo y falta de organización al momento de buscar información en el área de ventas. Es por esta razón que se planteó el diseño de un sistema de información que permita obtener resultados favorables facilitando

la ejecución de las actividades cotidianas de dicha área. Para este trabajo se empleó la metodología Scrum la cual es útil para monitorear de una forma más adecuada al desarrollo del sistema, así mismo al ser una metodología ágil ayudará y facilitará el desarrollo de la tesis junto con el producto software. **Concluye**, que el sistema de registro de compras y venta reduce el tiempo de atención hasta en un 80%, mejorando la atención a los clientes, y en cuanto al margen de utilidad se pudo apreciar que esta se incrementó hasta un 20% más, debido a la rapidez en que se realizan los procesos.

1.3.2. MARCO HISTÓRICO DE LA EMPRESA.

La empresa Di motos S. R. L, inicio sus actividades comerciales el 23 de noviembre del año 2017, siendo los dueños samuel Walter Quispe Mozombite y Rebeca Quispe Mozombite, con número de RUC 20602649947 ubicado en el jr. 03 de octubre N°680 en el distrito de yarinacocha, provincia de coronel portillo, departamento de Ucayali, teniendo como actividad principal a la venta de motos de 02 ruedas, venta de 03 ruedas y con servicio técnico.

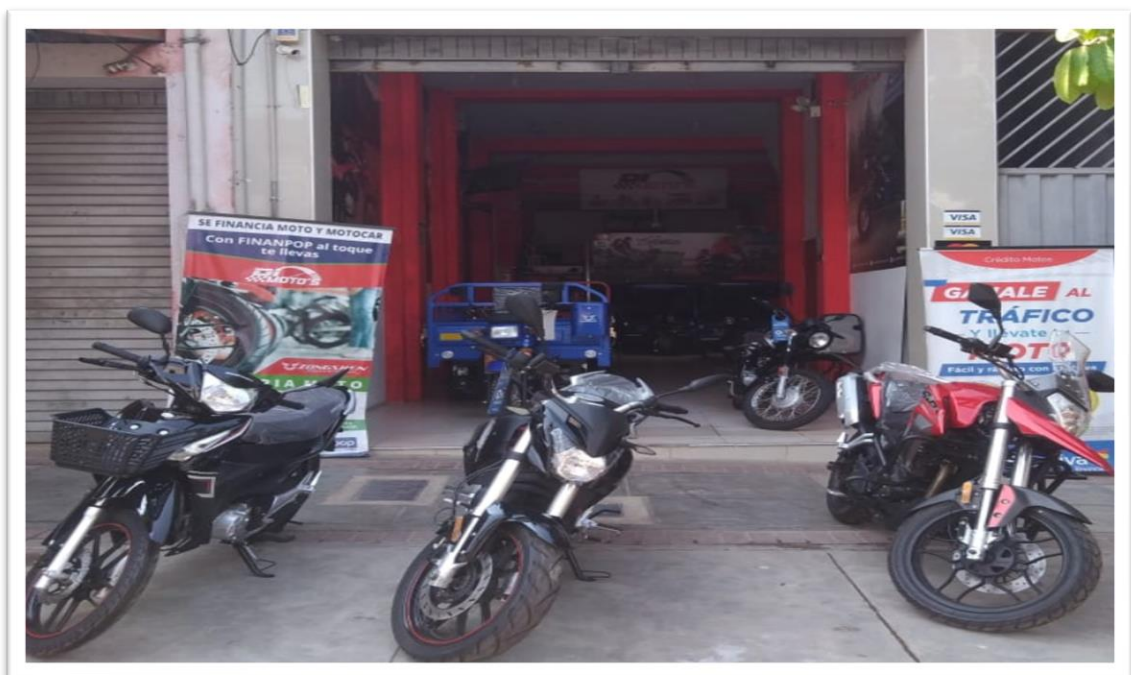


Fuente: (Maps 2021)

La empresa fue puesta en marcha e hicieron realidad la creación de la empresa familiar Di Motos en honor de una de sus fundadores, en aquel entonces comercializaban la marca zongshen y con el transcurrir del tiempo fueron participe más marcas, de esta ahora gran empresa de vehículos menores.

Con la experiencia de la mamá la señora Martha Mozombite Caycho que tuvo que trabajar como gerente comercial en una de las tiendas de zongshen de la ciudad de Pucallpa, los dos hermanos juntos con su mamá decidieron dedicarlo todo en la empresa Di Motos S. R. L.

La demanda poblacional fue en aumento y con vista emprendedora se percataron que la oferta iba en la misma proporción, es así que incursionaron en este rubro.



CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. REGISTROS DE LAS COMPRAS Y VENTAS

2.1.1. REGISTROS DE COMPRAS

En este libro se anotan en forma cronológica las compras de bienes y servicios que realiza la empresa. Es un libro que puede ser de foliación simple o doble. Desde el punto de vista técnico contable, es auxiliar. Desde el punto de vista legal, es obligatorio para las empresas que deben llevar contabilidad completa. También es obligatorio para las empresas que, no estando obligadas a llevar contabilidad completa, realizan operaciones gravadas por el Impuesto General a las Ventas.

Un detalle importante es el siguiente: aquí habrá más variedad de cuentas que en el registro de ventas. Una empresa vende básicamente mercaderías, productos terminados o servicios. Pero sus compras son muchas más variadas. Si es una empresa comercial deberá comprar mercaderías. Si es industrial, deberá comprar materias primas, suministros para fabricación y embalajes. Pero, sea comercial o industrial, deberá comprar también útiles de oficina, material de limpieza, combustible y repuestos para los vehículos, servicios de publicidad, servicios de reparaciones, de agua, luz y teléfono. También deberá comprar activos fijos, seguros contra siniestros, servicios de vigilancia, refrigerios y vestuario para el personal, etc. En suma, deberá comprar muchos tipos de bienes y servicios.

Entonces, normalmente en este libro habrá que anotar comprobantes de compra como facturas, boletas, tickets, recibos por servicios públicos, notas de crédito y notas de débito. Asimismo, si la empresa es importadora deberá anotar también las pólizas de importación: Igualmente, si adquiere bienes a un productor que no tiene número de RUC, deberá emitir y anotar en este libro la respectiva Liquidación de Compra.

Un registro de compra como mínimo debe contener los siguientes datos:

1. Fecha de "emisión del comprobante de pago emitido por el proveedor (factura, boleta, ticket, nota de débito o crédito comercial).
2. Tipo de documento.
3. Número de serie y número correlativo del comprobante.
4. Número de RUC del proveedor.

5. Nombre o razón social del proveedor.
6. Referencia, cuando se anota una nota de crédito o una nota de débito.
7. Valor de las compras no gravadas con el IGV.
8. Valor de las compras gravadas con el IGV.
9. Importe del IGV.
10. Precio de compra" (total valor mas IGV).

Si nos han cobrado el ISC (Impuesto Selectivo al Consumo), normalmente se considerará ese impuesto como parte del valor de compra, excepto si somos contribuyentes del ISC.

Para efectos de control, se añade una columna para el código de la cuenta respectiva. Ya hemos dicho que en este registro serán necesarias más cuentas (y subcuentas) que, en el registro de ventas, por la gran variedad de bienes y servicios que debe comprar toda empresa.

Impuesto General a las Ventas: Ya sabemos que este impuesto es muy importante y el Estado lo revisa siempre. Al gobierno nunca le alcanza el dinero.

En cada mes se recauda el IGV que pagan los clientes y se paga el IGV que nos recargan los proveedores (crédito fiscal del IGV).

Registro de Operaciones: La empresa deberá anotar cada compra, en lo posible, en el mes en que se realice. Sin embargo, sabemos que en muchas

oportunidades el comprobante (casi siempre una factura) no llega de inmediato. Si la empresa compra con factura a 15 días, por ejemplo, el comprobante original le será entregado recién luego de pagar la compra. Por esta razón en el registro de cada mes pueden estar anotados comprobantes uno o dos meses antes por el proveedor, y que recién han llegado a la empresa. Las normas tributarias dan un plazo de hasta cuatro meses después de la fecha de emisión para poder efectuar la anotación en este registro, siempre que el comprobante realmente se haya recibido con retraso. Pasado este plazo, el IGV incluido en esos comprobantes puede ser anotado y usado como costo o gasto (64.11) pero ya no como crédito fiscal del IGV, ya no dentro de la cuenta 40.11.

Igualmente, las notas de débito incrementan y las notas de crédito disminuyen. Las notas de débito emitidas por los proveedores se anotan y deben ser pagadas por la empresa, como una factura más. Las notas de crédito emitidas por los proveedores también se anotan y normalmente se aplican para disminuir el importe a pagar en las siguientes compras.

Una cosa importante: Ya hemos dicho que las compras con boleta no sirven para efectos del IGV, pues las normas indican que en la boleta no se separa el impuesto y a la vez establecen como requisito para usar el impuesto que éste se encuentre separado. Repetimos; las normas tributarias determinan que la boleta no sirve para el IGV. Entonces. En este Registro de Compras no es necesario anotar las boletas. Algunos autores de libros lo hacen como si fuese obligatorio, pero no lo es. Las boletas de ventas, así como los recibos por honorarios, los

recibos de arrendamiento y los boletos de transporte urbano, no sirven para efectos del IGV, pero sí sirven para efectos del Impuesto a la Renta, pues son gasto o costos. Basta con anotarlos en el Diario en forma resumida y mensual. Eso sí; las boletas son válidas, pero con cierto tope. Actualmente este tope es de 3% del total de comprobantes que sí otorgan derecho a crédito fiscal del IGV. Si en el Registro de Compras hemos anotado facturas y tickets (que tengan el RUC del comprador y el IGV debidamente discriminado), por S/.100,000 (precio compra o total), podemos aplicar como costo o gasto (anotándolas en el Diario), boletas de venta hasta por S/.3,000.

Lógicamente que, si usted desea hacerlo, nadie le puede impedir anotar en su Registro de Compras, en una columna especial, todas aquellas adquisiciones pequeñas hechas con boletas de venta. Pero igual no sirven para efectos del IGV.

Proceso de Compras

Las empresas no son autosuficientes, éstas dependen de terceros o elementos externos.

Para abastecer sus operaciones y actividades, las empresas necesitan materias primas, materiales, máquinas, equipos, servicios, y un sin número de insumos que provienen del ambiente exterior.

Compras

La compra es aquella operación que involucra todo el proceso de ubicación de proveedor o fuentes de abastecimiento, adquisición de materiales a través de negociaciones de precio y condiciones de pago con el proveedor elegido y la recepción de las mercaderías correspondientes para controlar y garantizar el suministro de la adquisición.

Para aclarar el concepto antes analizado, debes tener presente que existen características propias de todo proceso de compras, las cuales se detalla a continuación:

Función de Compras

Es aquella que relaciona a las distintas áreas de la Empresa con los diferentes proveedores externos, es decir, el Departamento de Compras o Encargado de Compras, es el intermediario para cubrir las necesidades de la Empresa con sus proveedores.

Importancia de Compras:

Se manifiesta principalmente en asegurar el abastecimiento normal de las necesidades de insumos y materiales de la empresa. Además, la colaboración en la administración de los recursos materiales y financieros de la Empresa, es decir, saber a quién, cómo y cuándo comprar, puede traer consigo mayor economía y ganancias para la Empresa.

Organización de Compras:

Todas las Empresas son diferentes por lo tanto sus necesidades también van a ser diferentes, ya sea por su giro, tamaño, organización y situación geográfica. Dentro de toda la diferencia, podemos, establecer algunas semejanzas entre ellas como son:

La actividad de compra puede ser centralizada o descentralizada, las cuales tienen sus ventajas o desventajas.

Organización Centralizada:

Es aquella en que todas las compras de la empresa se concentran en el departamento, sección o encargado de compras.

Las ventajas de este sistema son:

- Obtención de mayores ventajas y descuentos de los proveedores por compras en grandes cantidades.
- Calidad uniforme de los materiales adquiridos.
- Mayor especialización de los compradores.
- Organización de los procedimientos de compras.

Las desventajas de este sistema son:

- Poca flexibilidad.
- No siempre atiende a las necesidades locales, cuando los diferentes organismos de la empresa se encuentran geográficamente dispersos.

Organización Descentralizada:

Es aquella en que cada unidad dispersa de la empresa tiene sus propios encargados de compras para atender sus necesidades específicas y locales.

Las ventajas de un análisis de compras:

- Mayor conocimiento de los proveedores locales.
- Mejor atención de las necesidades específicas de cada unidad de la Empresa.
- Agilidad en las compras.

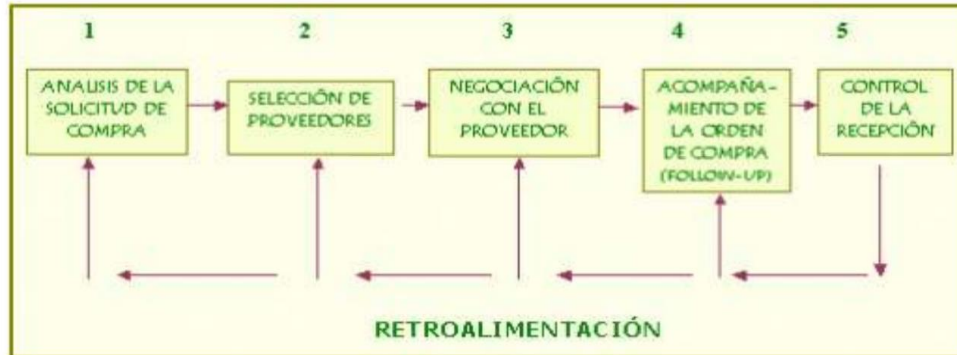
El Ciclo de Compras

El proceso de compra de una empresa no es fácil de realizar ya que se debe tener una organización adecuada y acorde a las necesidades propias de ellas.

A continuación, podrás identificar las cinco etapas principales de un ciclo de compras:

- Análisis de la Solicitud de Compras.
- Investigación y Selección de Proveedores.
- Negociación con el Proveedor (seleccionado).
- Acompañamiento de Pedido (Follow-Up) y Control de la Recepción del Material
- Comprado.

Representación de un ciclo de compras



Fuente: <https://www.google.com/search?q=ciclo+de+compras&source>

2.1.4. COMPROBANTES DE PAGO

Son constancias que registran las transacciones que realizan los sujetos de los impuestos, en adelante denominado C.P. (Giraldo, 2001, pág. 157).

2.1.4.1. Factura

La factura es un comprobante que se origina en las operaciones comerciales, dado por el comerciante al adquirente de productos, señalando el estado de los mismos, el precio, otros gastos, impuestos y otros. (Giraldo, 2001, pág. 157).

2.1.4.2. Boleta de Venta

Es un documento comercial que brinda el comerciante al adquirente como acreditación de una operación efectuada. Se emiten en transacciones efectuadas por los contribuyentes del NRUS. Estos comprobantes de pago se

caracterizan porque no sirven para sustentar el IGV a favor, ni representan costo y/o gasto para asuntos fiscales (Giraldo, 2001, pág. 168).

2.1.4.3. Nota de Crédito

Es una constancia utilizada con el objetivo de reducir de forma absoluta o parcial el importe de las transacciones. Es emitido por descuentos, rebajas concedidos u obtenidos, en el momento subsiguiente a la emisión del documento mercantil que se desea modificar (Giraldo, 2001, pág. 182).

2.1.4.4. Nota de Débito

La nota de débito es una constancia que contiene los datos de otro comprobante de pago con la finalidad de adicionar el valor de otros desembolsos adicionales u otros en los que hubiera incurrido el comerciante en un tiempo posterior a la data de la elaboración del comprobante de pago por la transacción originalmente efectuada (Giraldo, 2001, pág. 176).

2.1.4.5. Guía de Remisión

Las guías de remisión son comprobantes utilizados para sustentar el movimiento de un lugar a otro de los bienes por motivo de transacciones de venta, servicios, cesión en uso, traslado entre establecimientos de una misma compañía y otros (Giraldo, 2001, pág. 172).

2.1.3.6. Liquidación de Compra

Es el documento que es empleado para acreditar las adquisiciones que se realiza a personas sin personería jurídica o que no cuente con un RUC, las mismas que se dedican a las actividades de producción de productos básicos provenientes de la agricultura y ganadería, pesca no industrializada, etc. (Giraldo, 2001, pág.169).

2.2. REGISTROS DE VENTAS.

Es un libro auxiliar obligatorio de foliación doble, la legalización se realiza en la primera página ya sea libro o reporte por computadora.

Es importante porque sirve para registrar las operaciones de ventas de mercaderías, bienes o servicios de una empresa.

Su finalidad principal es determinar con exactitud las ventas realizadas y los impuestos retenidos, los descuentos, intereses y también las condiciones de ventas a nuestros clientes. A través de este libro determinamos cuanto de ingresos ha tenido la empresa en meses comparativos y así comprobar las variaciones ocurridas.

Cada fin de mes se cierra y se centraliza al libro diario.

Los contribuyentes del impuesto están obligados a llevar un registro de ventas de ingresos y de compras en los que anotaran las operaciones que realicen, de acuerdo a las normas que señale el reglamento.

Aspecto legal:

Su obligatorio es para todas las empresas o comerciantes que están dentro de los alcances del Impuesto General a las Ventas; de acuerdo al artículo 37º del TUO de la ley del impuesto general a las ventas e impuesto selectivo al consumo. DS N° 055-99-EF.

Importancia y legalización:

Es importante porque nos da a conocer las ventas que se realiza, así como los impuestos obtenidos por concepto de las mismas que nos permita determinar los pagos tributarios a que hubiere lugar.

Al igual que el registro de compras, debe ser legalizado, ante un Juez de Paz Letrado o Notario Público, el cual será registrado y llevado con las formalidades que la Ley confiere.

Importancia del registro de ventas

Al tener toda la información ordenada y clasificada se abre un sinfín de posibilidades para la empresa. Una buena administración conlleva al cumplimiento de los objetivos o las metas de la organización.

Entonces,

¿Qué beneficios genera un registro adecuado de las operaciones de venta?:

- Conocer "exactamente qué cantidades se venden
- Evaluar la ganancia obtenida por cada una de las ventas
- Percibir que productos o servicios generan más movimientos

- Comparar mes a mes si existe una disminución o un aumento de las ventas
- Saber el comportamiento de tus clientes en períodos determinados
- Tener un control de inventario actualizado y así saber, que falta exactamente.

Toda esta información puede proporcionarte un registro de ventas adecuado, fundamental para la continuidad del negocio. Tomando en cuenta que, cuando se tiene un panorama más amplio de la situación en general de la empresa es más probable que se tomen decisiones acertadas que a corto, medio o largo plazo generen más ganancias.

Normalmente, el objetivo de cualquier emprendimiento es crecer, expandirse o posicionarse en un mercado altamente competitivo y, al no tener estos datos valiosos, se imposibilita cada vez más lograrlo.

Por ende, cuando se tiene toda esta información tienes la facultad de observar que es lo que necesitan tus clientes, dónde debes invertir más dinero, que quitar o que agregar de tus servicios. La idea es lograr cubrir las necesidades de un mercado que está en constante cambio y percatarse a tiempo de situaciones de riesgo que puedan afectar la operatividad de la empresa.

Además, el tener referencias pasadas de tus ventas puedes ir observando cómo se comporta el negocio en el tiempo.

Procesos de ventas

Los procesos de ventas son las actividades más pretendidas por empresas, organizaciones, o personas que ofrecen algo (PRODUCTOS, SERVICIOS, U OTROS), en su mercado meta, debido a que su éxito depende directamente de la cantidad de veces que realice esta cantidad, de lo bien que lo hagan y de cuan rentable les resulte hacerlo.

¿Cómo es el proceso de Ventas?

Dentro de la venta puedes encontrar seis pasos clave. Prácticamente todas las interacciones de ventas exitosas, el proceso puede durar varios minutos o varios meses en concretarse, aplicable para empresas pequeñas y medianas, donde se podrá responder a ¿Cómo es el proceso de venta?:

- **Prospección:** Se trata de localizar personas u organizaciones calificadas para comprar sus productos.
- **Contacto Inicial:** Generar el momento de verdad en el que la empresa entra en contacto para entablar la relación con el prospecto.
- **Presentación de Ventas:** Conocer las necesidades presentes y futuras del cliente o prospecto y hacer una propuesta formal, clara, detallada y limpia de los productos y soluciones.
- **Manejo de Objeciones:** Se trata de poner las cartas sobre la mesa y dejar correr los detalles de negociación, respondiendo a todas las dudas del prospecto.

- Cierre de la Venta: Una vez pactados los requerimientos y negociados los detalles, se declara la aceptación de venta y arranca la parte de la entrega.
- Seguimiento y Servicio después de la venta: Después de prestar el servicio o producto es importante evaluar el grado de satisfacción del cliente y estar atento a cualquier retroalimentación del cliente con el fin de resolverla. (Munch, 2013).

La venta como proceso

La venta no es solo el acto en el que tiene lugar, o no, la compra de un producto o servicio. Según se realice directamente al comprador final o a otra empresa tendrán lugar algunas diferencias:

Venta al comprador final

Este tipo de ventas se lleva a cabo, generalmente, en establecimientos de venta al detalle (es el tipo de venta tradicional) y en autoservicios (donde el cliente realiza el acto de la compra en vez de acudir a un dependiente).

Mediante ellas, se comercializan bienes de uso y consumo (productos y servicios).

Venta de empresa a empresa

En este tipo de ventas el fabricante vende al mayorista, al detallista y, en general, a los intermediarios. Se trata de un tipo de ventas más complejo

mediante el que se comercializan tanto bienes de uso o consumo, como productos industriales y servicios.

La venta es un proceso que comprende diferentes etapas:

- Establecer una asociación con el cliente y generar confianza.
- Identificar las necesidades del consumidor o los problemas de la empresa a la que se quiere vender.
- Seleccionar la Ventaja Competitiva o la oferta que va a hacer que el producto sea percibido diferente.
- Comunicar la Ventaja Competitiva o la oferta al consumidor o a la empresa.
- Ofrecer servicios después de la venta que permitan establecer relaciones duraderas con el cliente.

El servicio al Cliente, una vez realizada la venta, ayuda a:

- Demostrar la importancia que el cliente tiene para la empresa. Esto contribuirá a reforzar las relaciones a largo plazo.
- Transmitir seguridad al cliente. Asegurar al cliente que puede contar con la empresa siempre que tenga algún problema con la instalación o funcionamiento del producto transmite seguridad y confianza.
- El “boca/oído” es la herramienta de comunicación más barata y eficaz. Un cliente insatisfecho contara su decepción en materia de servicio al menos a once personas; en cambio, uno satisfecho solo lo contara a tres.

Fases en el proceso de venta

Las principales fases, que tienen lugar durante el proceso de la venta de un determinado producto o servicio, son generalmente:

- Fase previa: en ella el vendedor planifica su trabajo, fija los objetivos comerciales que quiere alcanzar, e intenta establecer un primer contacto con los clientes potenciales de la empresa.
- La oferta del producto: en ella el vendedor presenta su producto al cliente y expone las principales ventajas que este puede obtener con la compra del mismo, atendiendo a sus necesidades y problemas.
- La demostración: en esta fase el vendedor trata de justificar la compra del producto evidenciando los beneficios que el cliente obtendrá con su adquisición y ajustando la oferta a sus necesidades y deseos actuales.
- La negociación: en esta fase el vendedor intenta intercambiar impresiones con el cliente y persuadirle para que compre el producto; entonces, el cliente planteara sus propias objeciones y el vendedor tratara de convencerle.
- El cierre del acuerdo: esta es la fase más difícil para el vendedor, ya que es en ella cuando el cliente decide comprar el producto o rechazarlo.

(Editorial Vértice, 2008)

Importancia del Proceso de Ventas

El proceso estructurado de ventas como eje de cualquier transformación orientada al crecimiento.

La mayoría de la gente de ventas, y las compañías no utilizan actualmente un proceso formal de ventas.

El desempeño de venta individual como el de la compañía mejora sustancialmente cuando se implementa un proceso a lo largo de toda la organización, logrando incrementos de un 20% en las ventas. Este proceso prospera cuando todos dentro de la organización utilizan un lenguaje común y sugiere un proceso determinado. El único camino para lograr la escalabilidad en los equipos de ventas requiere la implementación de un proceso simple pero estructurado, que pueda ser seguido por todos, y sea la base de la mejora de desempeño para todos los ejecutivos.

2.3. REGISTROS CONTABLES

Siigo (2018) comenta que los registros contables son documentos físicos que las empresas deben llevar para anotar sus operaciones y reflejarlas en reportes financieros que deben estar a disposición de esta misma. Respecto a su nombre también son llamados libros de comercio o libros de contabilidad.

Economipedia (2017) dice que los registros contables contienen la información de las operaciones económicas y financieras de la empresa. Si tenemos alcance de estos libros, los cuales deben plasmar y reflejar cada una de las transacciones, será suficiente para conocer de qué manera está marchando la compañía.

Estudio Contable Villa Muzio & Asoc. Lima (2014), importante estudio contable de Chile con socios Peruanos dirigiéndose a un enfoque tributario menciona que los registros contables son documentos que el contribuyente debe llevar para cumplir con las disposiciones de la Administración Tributaria, esta entidad indicará qué libros contables debe llevar la empresa según su tipo de negocio y la categoría que se le asignará, estos libros serán el sustento de lo informado a la Administración Tributaria de modo que deben estar llevados de manera ordenada y de acuerdo a las disposiciones legales vigentes.

Importancia de los Registros Contables.

Ortega y Pacherras (2010), en su libro: Libros y Registros: formatos adecuados PCGE – Estados Financieros, nos dan un alcance general acerca de la importancia de los libros contables en el ámbito contable y tributario, menciona que los registros contables son una herramienta importante para conseguir información respecto a las actividades de las áreas de la empresa y su conjunto visto desde la perspectiva contable, a partir de estos libros se preparan los estados financieros para los usuarios interesados. Ortega y Pacherras (2010) textualmente indican:

Es importante tener en consideración que si bien la elaboración de los Estados Financieros compete al profesional contable (quien los confecciona conforme a los principios contables y requerimientos legales); el Directorio (o la gerencia donde no exista Directorio) es el órgano responsable de formular los Estados Financieros para que sean aprobados por la Junta General de Accionistas o Socios. El objetivo de la formulación de Estados Financieros confiables, es que

reflejen la verdadera y real situación financiera de la empresa, en base a la cual los socios o terceros podrán tomar decisiones eficientes. Justamente, uno de los terceros interesados en revisar tanto los libros y registros como los Estados Financieros, es el Estado (p.10).

La Superintendencia Nacional de Administración Tributaria y Aduanas (SUNAT), en su Web Emprendedor, describe la importancia de los libros contables, el contribuyente debe llevarlos porque en estos anotará sus operaciones de manera cronológica, oportuna y ordenada; a partir de esto se podrá determinar el pago de impuestos que le correspondan; por otro lado al procesar esta información contenida en los libros se obtendrán los estados financieros que mostrarán la información total y también detallada en las notas a los estados financieros de un determinado periodo, esto servirá para tomar decisiones respecto al rubro que el encargado crea conveniente. (párr. 12)

Clasificación de los Libros Contables

A. Clasificación legal.

De los artículos 37°, 38° y 39° del Código de Comercio se entiende que en general todo negocio (sea una persona natural o jurídica) debe llevar necesariamente 3 Libros principales: Libro de inventarios y Balances, Libro Diario y Libro Mayor. En ellos se registra la información diaria recibida de los libros auxiliares. Estos son lo básico e imprescindible para cualquier sistema contable, a partir de estos libros se formulará los Estados Financieros.

Ortega y Pacherrres (2010) realizaron la siguiente clasificación de los libros y registros auxiliares:

Libros auxiliares obligatorios. Aquellos que son imprescindibles de llevar: Libro Caja, Registro de Ventas, Registro de Compras, Registro de Inventario Permanente físico y/o Valorizado y Registro de control de Inmueble, Maquinaria y Equipos.

Libros Auxiliares Voluntarios: los que la empresa estime conveniente para mejorar su control y sus resultados, por ejemplo: Libro Caja chica, Libro caja y bancos, Registro de cuentas por cobrar, Registro de cuentas por pagar, Libro de cuentas corrientes en Instituciones Financieras, Libro o registro de gastos diversos. p. 10.

Libros Facultativos: el artículo 34^o del Código de Comercio da a entender que los empresarios están libres de disponer qué otros libros llevar además de los que la Administración Tributaria disponga. Estos libros no estarán sujetos a las formalidades de los anteriores libros, pero podrán legalizar los que consideren oportunos.

B. Clasificación tributaria. Son todos los libros y registros contenidos en la Resolución de Superintendencia N° 234-2006-SUNAT.

Forma de llevado de los libros y registros contables

La Superintendencia Nacional de Administración Tributaria y Aduanas (SUNAT), en su Web Emprender, negocio en marcha, permite conocer las formas del sistema de contabilidad del que habla el código de comercio en su artículo 34.

Sistema Manual: su llevado es manual en libros físicos con los formatos ya definidos, se deben legalizar su apertura en una notaría antes de usarlos.

Sistema Computarizado: las anotaciones comerciales pueden hacerse en softwares contables e imprimirse en hojas sueltas las cuales también deben ser legalizadas antes de su uso.

Sistema de Libros Electrónicos (SLE): Sistemas virtuales que la SUNAT pone disposición del contribuyente: Programa de Libros Electrónicos - PLE: Aplicación que la SUNAT ha desarrollado, se instala en la PC, permite validar y presentar el Libro Electrónico en formato de texto. Obteniendo una constancia del detalle de envío de información.

Sistema de Libros Electrónicos desde el Portal – SLEPortal: Sistema ubicado en el portal de la SUNAT, cada contribuyente cuenta con esta opción al ingresar con su usuario y clave SOL, las compras y ventas se ingresan manualmente. La SUNAT almacena, archiva y conserva los dos registros

contables: Registros de Ventas e Ingresos y de Compras Electrónicos que se hayan anotado. (párr. 11, 12, 13, 14 y 15).

Aplicación contable y tributaria en los registros

Cabrera, (2013), afirma que los registros contables deben contener información anotada de acuerdo a las Normas Internacionales de Información Financiera y Normas Internacionales de Contabilidad, las cuales deben de ser la preeminencia respecto a las normas tributarias del país, en este caso la SUNAT. En caso que exista alguna diferencia se realizará el ajuste para fines de presentación a la Administración Tributaria mediante declaración jurada (PDT) y de acuerdo a la NIC 12 u otras normas que sean necesarias emplear. Para fundamentar lo señalado por Cabrera, la Ley General de Sociedades en su artículo 223 indica que los Estados Financieros deben prepararse y presentarse de acuerdo a las disposiciones legales y principios de contabilidad generalmente aceptados en el país. El Sistema Nacional de Contabilidad en su Resolución No. 013- 98-EF/93.10 precisa que los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados a que se refiere el texto del artículo 223° de la Ley General de Sociedades comprende, substancialmente, a las Normas Internacionales de Contabilidad (NICs) oficializadas mediante Resoluciones del Consejo Normativo de Contabilidad, y las normas establecidas por Organismos de Supervisión y Control para las entidades de su área siempre que se encuentren dentro del Marco Teórico en que se apoyan las Normas Internacionales de Contabilidad y que por excepción y en aquellas circunstancias que determinados

procedimientos operativos contables no estén normados por el Comité de Normas Internacionales de Contabilidad, (IASB) supletoriamente, se podrá emplear los Principios de Contabilidad aplicados en los Estados Unidos de Norteamérica (USGAAP). (p.14,15).

Aplicación preferente de las NIIF en los registros contables por sobre las normas tributarias.

Cabrera (2013) comenta que, al aplicar los PCGA en los registros contables, cabe la posibilidad que origine diferencias en la determinación de la Renta Neta por la aplicación de las normas establecidas en la Ley del Impuesto a la Renta y su reglamento. Estas diferencias son denominadas temporales y permanentes, las cuales deberán ser ajustadas según los registros contables en la declaración jurada. Los Resultados Contables están determinados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados que son en el Perú las Normas Internacionales de Contabilidad y la determinación de la renta neta se sujeta a las normas tributarias que básicamente es el impuesto a la renta (p.15).

Reglamento de la Ley de Régimen Tributario Interno.

ART.41.- Ajuste De Los Activos No Monetarios. -Los activos no monetarios poseídos al cierre del ejercicio se ajustan así: inciso 2. (REGLAMENTO DE LEY DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO, 2012)

2. Inventarios

Los inventarios se deben ajustar de acuerdo al siguiente procedimiento:

a) Cuando se trate de inventarios no procesados o no transformados por el contribuyente, sean estos de bienes finales o materias primas, se deben ajustar en base al último costo de adquisición en que haya incurrido el contribuyente. Si no se hubieren realizado adquisiciones durante el último mes del ejercicio los inventarios se ajustarán, con el valor que resulte de aplicar al costo de la última adquisición realizada en el ejercicio, el porcentaje proporcional de ajuste calculado según lo indicado en el numeral 2 del art. 37 de este reglamento. (REGLAMENTO DE LEY DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO, 2012).

De no haberse realizado adquisiciones en el ejercicio, los inventarios se ajustarán aplicando, al costo ajustado que tenían al cierre del ejercicio anterior, el porcentaje de ajuste indicado en el numeral 1 del art. 37 del presente reglamento. (REGLAMENTO DE LEY DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO, 2012)

El nuevo valor ajustado del inventario no podrá ser mayor al precio de mercado vigente a la fecha del reajuste.

La diferencia entre el valor ajustado, según lo descrito en los incisos anteriores, y el costo en libros al cual se encontraba registrado los inventarios, se registrará como un crédito o débito en la cuenta Re expresión Monetaria. (REGLAMENTO DE LEY DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO, 2012)

b) (Reformado por el Art. 8 del D.E. 2553, R.O. 643-S, 28-II-95).- Cuando se trate de inventarios de productos semielaborados o terminados por el contribuyente, se ajustarán de la siguiente manera:

La porción del costo correspondiente a la materia prima e insumos directos utilizados en la fabricación se ajustará de acuerdo con los procedimientos en la letra a) precedente. (REGLAMENTO DE LEY DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO, 2012).

La porción del costo correspondiente a mano de obra y gastos indirectos de fabricación se ajustará al último costo incurrido por el contribuyente.

Si no se hubiere realizado ninguna producción durante el último mes del ejercicio, se ajustarán aplicando al costo de la mano de obra y gasto de fabricación de la última producción, el porcentaje proporcional de ajuste indicado en el numeral 2 del art. 37 del presente reglamento. (REGLAMENTO DE LEY DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO, 2012)

Cuando no exista producción durante el respectivo ejercicio, los inventarios de productos terminados procesados por el contribuyente, se ajustarán aplicando al costo unitario que tenían éstos al 31 de diciembre del año anterior, el porcentaje de ajuste calculado según lo indicado en el numeral 1 del art. 37 del presente reglamento. (REGLAMENTO DE LEY DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO, 2012)

La diferencia entre el costo unitario registrado en libros y el costo ajustado, se debe registrar como un débito o crédito en la cuenta Re expresión Monetaria.

a) Cuando se trate de inventarios de productos que al cierre del ejercicio anual se encuentren en proceso, se ajustará únicamente el costo correspondiente a la materia prima de acuerdo con los procedimientos descritos en la letra precedente. El ajuste se registrará como un débito o crédito en la cuenta Re expresión Monetaria.

d) Como procedimiento alternativo el contribuyente puede optar por ajustar los inventarios de productos comercializados, semielaborados, terminados y en proceso fabricados por él, de la siguiente manera:(REGLAMENTO DE LEY DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO, 2012)

El costo ajustado se calcula como el resultado de restar del precio promedio de venta para bienes iguales o similares durante el último mes del ejercicio impositivo, el margen de utilidad bruta por línea de producto o general del contribuyente correspondiente a ese ejercicio, según la política de la empresa. El resultado que así se obtenga se multiplicará por las unidades del inventario final y por sus respectivos porcentajes promedio de terminación, para obtener el valor ajustado.

Cuando existan ventas durante el ejercicio impositivo. pero no se hubieran realizado éstas durante el último mes, el precio promedio de venta del último mes

en que se hayan generado ventas se incrementará en el porcentaje proporcional de ajuste indicado en el numeral 2 del art. 37 de este reglamento y a este valor se le restará el margen de utilidad bruta. El resultado que se obtenga se multiplicará por las unidades de inventario final y por sus respectivos porcentajes promedio de terminación para obtener así el valor ajustado. (REGLAMENTO DE LEY DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO, 2012)

Cuando no existan ventas durante el ejercicio impositivo, los inventarios de productos procesados por el contribuyente, se deben ajustar aplicando al costo unitario que tenían éstos al 31 de diciembre del año anterior, el porcentaje de ajuste calculado según lo indicado en el numeral 1 del art. 37 del presente reglamento.

El nuevo valor ajustado del inventario no podrá ser mayor al precio de mercado vigente a la fecha del reajuste. (REGLAMENTO DE LEY DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO, 2012)

La diferencia entre el valor ajustado, según los descrito en los incisos anteriores, y el costo en libros al cual se encontraban registrados los inventarios, se registrará como mayor o menor valor de los inventarios, según corresponda, y como contrapartida se registrará un crédito o débito de la cuenta Re expresión Monetaria. (REGLAMENTO DE LEY DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO, 2012)

Para cambiar el procedimiento adoptado, el contribuyente requerirá autorización previa del director general de Rentas.

e) Las mercaderías en tránsito se ajustarán por el porcentaje de ajuste indicado en los numerales 1 y 2 del art. 37 de este reglamento, según corresponda. El nuevo valor ajustado no podrá ser mayor al precio de mercado vigente a la fecha del reajuste. (REGLAMENTO DE LEY DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO, 2012)

f) Cuando se trate de inventarios tales como: terrenos, edificios, oficinas u otros bienes inmuebles destinados a la venta de acuerdo con el giro del negocio de actividades como urbanizadoras, lotizadoras, constructoras, empresas dedicadas a la transferencia de inmuebles y otras similares, el ajuste se lo hará según lo indicado en los numerales 1 y 2 del art. 37 de este reglamento y se registrará como un valor mayor del activo y como contrapartida un crédito en la cuenta Re expresión Monetaria. El nuevo valor ajustado no podrá ser mayor al precio de mercado vigente a la fecha del reajuste.

g) El contribuyente deberá Re expresar individualmente y de acuerdo con lo establecido en las letras anteriores, por lo menos el 70% del valor total de los inventarios físicamente disponibles, antes del ajuste. El saldo restante en su conjunto, deberá ser Re expresado en función del índice promedio resultante del ajuste antes mencionado. (REGLAMENTO DE LEY DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO, 2012)

h) Cuando el valor de mercado de los inventarios sea inferior al valor ajustado de los mismos y el contribuyente pueda justificarlo y documentarlo apropiadamente, se debe efectuar el reajuste hasta el valor del mercado, los inventarios obsoletos no están sujetos a Re expresión pero se los registrara en una cuenta separada.

i) Cuando el costo de venta sea determinado por el sistema de diferencia de inventarios, el valor del inventario inicial será el saldo ajustado al cierre del ejercicio anterior y el valor del inventario final aquél que se obtenga antes de efectuar los ajustes indicados en los literales precedentes.

2.4. MARCO CONCEPTUAL.

- Activo: Se considera activo a aquellos bienes o derechos que tienen un beneficio económico a futuro. Eso no significa que sea necesaria la propiedad ni la tenencia ni el dinero. Los activos son un recurso o bien económica propiedad de una empresa, con el cual se obtienen beneficios. Los activos de las empresas varían de acuerdo con la naturaleza de la actividad desarrollada y a cobrar. (DEFINICION ABC, 2011)

- Capacidad de Endeudamiento: Es la capacidad que tenemos cada uno de nosotros de endeudarnos sin correr riesgos de caer en la morosidad o, lo que es peor, en el impago. Dicho de otro modo: es lo mucho (o lo poco) que podemos contraer deudas sin poner en peligro el pago de las mismas. (DEFINICION ABC, 2010)

- **Competitividad:** El término competitividad es muy utilizado en los medios empresariales, políticos y socioeconómicos en *general. A ello se debe la ampliación del marco de referencia de nuestros agentes económicos que han pasado de una actitud 'auto protectora' a un planteamiento más abierto, expansivo y proactivo. La competitividad tiene incidencia en la forma de plantear y desarrollar cualquier iniciativa de negocios, lo que está provocando obviamente una evolución en el modelo de empresa y empresario. (DEFINICON ABC, 2011)

- **Contabilidad:** La finalidad de la contabilidad es suministrar información en un momento dado y de los resultados obtenidos durante un período de tiempo, que resulta de utilidad a los usuarios en la toma de sus decisiones, tanto para el control de la gestión pasada, como para las estimaciones de los resultados futuros, dotando tales decisiones de racionalidad y eficiencia. (DEFINICION ABC, 2011)

- **Crédito.-** El crédito es una operación financiera donde una persona presta una cantidad determinada de dinero a otra persona llamada(deudor), en la cual este último se compromete a devolver la cantidad solicitada en el tiempo o plazo definido según las condiciones establecidas para dicho préstamo más los intereses devengados, seguros y costos asociados si los hubiera.(DEFINICION ABC, 2010) "**Débito.-** El débito se refiere al dinero que ya es de la propiedad del cliente, quien dispone de él en una

cuenta corriente bancaria, al contrario del crédito, donde el dinero utilizado es prestado por la institución bancaria.(DEFINICION ABC, 2010)

- Demanda. - Cantidad de mercancías o servicios que los consumidores piden y están dispuestos a comprar: cuando la demanda de un determinado producto o servicio es alta y la oferta es baja, el precio es elevado. (DEFINICION ABC, 2010)
- Derecho Mercantil. - El Derecho Mercantil es aquella rama del Derecho privado que regula el conjunto de normas relativas a los comerciantes en el ejercicio de su profesión, a los actos de comercio legalmente calificados como tales y a las relaciones jurídicas derivadas de la realización de estos. Esto es, en términos amplios, la rama del Derecho que regula el ejercicio del comercio por los distintos operadores económicos en el mercado. (DEFINICION ABC, 2010)
- Efecto Cadena: Se denomina así a situaciones donde un elemento o participante presenta una falla y a causa de ésta otro elemento o participante también falla, desencadenándose así una seguidilla de fallas donde al final todos los elementos o participantes se ven afectados. (DEFINICION ABC, 2010)
- El débito contable es una de las dos características de toda aplicación a los libros siendo el crédito el otro. Un débito se refleja en el "debe" y son cuentas por naturaleza del activo contable y debe de estar siempre

acompañado de un crédito reflejado en el "haber" que puede ser, o en el pasivo, o en el patrimonio. Existen dos tipos de naturalezas contables en las cuentas, las cuentas de naturaleza deudora (todas aquellas que van en el débito) y las cuentas de naturaleza acreedora (todas aquellas que van en el crédito). Referirse a las cuentas "T" (DEFINICION ABC, 2010)

- Franquiciado: Es toda aquella persona física o jurídica que, mediante ciertas condiciones, obtiene el derecho a comercializar y explotar productos o servicios bajo técnicas uniformes y experimentadas con una rentabilidad probada y con una marca registrada. (DEFINICION ABC, 2010)
- Franquicias: Concesión de derechos de explotación de un producto, actividad o nombre comercial, otorgada por una empresa a una o varias personas en una zona determinada. (DEFINICION ABC, 2010).
- Gastos: Decremento bruto de activos o incremento de pasivos experimentados por una entidad, con efecto de su utilidad neta, durante un periodo contable, como resultado de las operaciones que constituyen sus actividades primarias o normales y que tienen por consecuencia la generación de ingresos. (DEFINICION ABC, 2010).
- Ingresos: Un ingreso es el incremento de los activos o el decremento de los pasivos de una entidad, durante un periodo contable, con un impacto favorable en la utilidad o pérdida neta o, en su caso, en el cambio neto en

el patrimonio contable y, consecuentemente, en el capital ganado o patrimonio contable, respectivamente. (DEFINICION ABC, 2010).

- Inventario: Son los bienes y existencias que poseen las empresas comerciales, además de ser una cuenta de activo circulante que constituye el valor de las mercaderías existentes en el almacén.

- La Partida Simple. - La forma más elemental de contabilidad es la "partida simple" que consiste en el registro de las entradas y salidas de valores, por orden cronológico y sin ninguna clasificación. (DEFINICION ABC, 2010). Para que un sistema de contabilidad funcione eficientemente es preciso que su estructura-configuración cumpla con los objetivos trazados. Esta red de procedimientos debe estar tan íntimamente ligada que integre de tal manera el esquema general de la empresa que pueda ser posible realizar cualquier actividad importante de la misma. (DEFINICION ABC, 2010)

- Partida Doble. - Se llama partida doble al movimiento contable que afecta a por lo menos dos cuentas, movimiento que representa un movimiento deudor y un movimiento acreedor. La partida doble es la esencia de la Contabilidad actual y parte integral de la Ecuación patrimonial. (DEFINICION ABC, 2010). Pymes: Pequeñas y Medianas Empresas, las cuales en la mayoría de los países latinoamericanos sigue estando basada esta definición en la cantidad de trabajadores por empresa. Dentro de sus características principales se encuentran el tener de 1 a

100 empleados incluidos el patrón, utilizar tecnologías que van de atrasadas y su nivel de productividad en la mayoría de las veces es inferior a la de sus sectores. (DEFINICION ABC, 2010)

- Rentabilidad: Es la de un índice que mide la relación entre la utilidad o la ganancia obtenida, y la inversión o los recursos que se utilizaron para obtenerla. (DEFINICION ABC, 2010)
- Sistema Automatizado: Los Sistemas Automatizados son sistemas de información hechos por el hombre. Aunque hay diferentes tipos de sistemas automatizados, todos tienden a tener componentes en común (hardware, software, personas, datos y procedimientos). (DEFINICION ABC, 2010)
- Sistema de Contabilidad. - Un sistema de contabilidad no es más que normas, pautas, procedimientos etc. para controlar las operaciones y suministrar información financiera de una empresa, por medio de la organización, clasificación y cuantificación de las informaciones administrativas y financieras que se nos suministre. (DEFINICION ABC, 2010)
- Software: El software es un ingrediente indispensable para el funcionamiento del computador. Está formado por una serie de instrucciones y datos, que permiten aprovechar todos los recursos que el computador tiene, de manera que pueda resolver gran cantidad de

problemas. Un computador en sí, es sólo un conglomerado de componentes electrónicos; el software le da vida al computador, haciendo que sus componentes funcionen de forma ordenada. El software es un conjunto de instrucciones detalladas que controlan la operación de un sistema computacional. (DEFINICION ABC, 2010)

- Status: Posición que una persona ocupa en la sociedad o dentro de un grupo social. Situación relativa de algo dentro de un determinado marco de referencia. El estatus de un concepto dentro de una teoría. (DEFINICION ABC, 2010)
- Stock: Conjunto de productos que tiene almacenados un comercio y que están destinados a la venta. Cantidad de productos, materias primas, herramientas, etc., que es necesario tener almacenadas para compensar la diferencia entre el flujo del consumo y el de la producción. (DEFINICION ABC, 2010)
- Substancias: En el ámbito de las ciencias químicas, sustancia o substancia es toda porción de materia que comparte determinadas propiedades intensivas. Se emplea también el término para referirse a la clase de materia de la que están formados los cuerpos. (DEFINICION ABC, 2010)
- Toma física: La toma de inventario es un proceso que consiste en verificar físicamente los bienes, a una fecha determinada, con el fin de asegurar

su existencia real. Ésta, permite contrastar los resultados obtenidos con los registros contables, a fin de establecer su conformidad, investigando las diferencias que pudieran existir, y proceder a realizar los ajustes necesarios, según sea el caso. La toma del inventario deberá considerar, además de la comprobación de la presencia física, su estado de conservación y condiciones de utilización y de seguridad. La toma del inventario se la debe realizar en tiempos o periodos determinados por la empresa. (DEFINICION ABC, 2010)

CAPITULO III

ANÁLISIS DE LOS PROCESOS DE REGISTROS DE COMPRA Y VENTA DE LA EMPRESA DI MOTOS S.R.L – UCAYALI 2021

3.1 METODOLOGÍA

3.1.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación descriptiva es una forma de estudio para saber dónde cuándo, cómo y porqué del sujeto del estudio. En otras palabras, la información obtenida en estudio descriptivo, explica perfectamente a una organización el consumidor, objetos, conceptos y cuentas (Namakforoosh, 2000, p. 91)

3.1.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

No experimental. La investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Lo que hacemos es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos. (Gómez, 2006, p. 102).

Todos los inconvenientes en el registro

Identificar los inconvenientes en el registro de compras de la empresa DI MOTOS S.R.L - Ucayali 2021.

- Los trabajadores indican que no registran en forma cronológica las compras de bienes y servicios que realiza la empresa.
- Nunca los comprobantes como facturas, boletas, etc., se encuentran archivados en un orden específico.
- Los trabajadores manifiestan que la empresa no cuenta con personal capacitado para realizar los registros de compras.

Analizar los riesgos que se producen por el inadecuado manejo del registro de ventas de la empresa DI MOTOS S.R.L - Ucayali 2021.

Identificar los riesgos.

- Al no tener registrados cronológicamente los comprobantes generan pérdida de tiempo.

- Al no tener archivados los comprobantes en un orden específico dificulta el trabajo de los que se encargan de hacer el registro de dicha información ya que las mismas no se encuentran ordenadas.
- Al no tener personal capacitado para realizar estas funciones, podría generar pérdidas económicas como multas por no tener un control adecuado de los registros, al no hacer las declaraciones en las fechas establecidas por la Sunat.

Describir los problemas generados por la falta de un sistema contable en la empresa DI MOTOS S.R.L – Ucayali 2021.

Problemas generados dentro de la empresa por falta de un sistema contable.

- No se tiene información actualizada de los registros en el momento que se requiere.
- No se puede hacer un seguimiento de los gastos automáticamente.
- No se puede deducir el impuesto sobre las ventas cuando se requiera en el momento.
- No se puede ahorrar tiempo y dinero.
- No hay mejora en la gestión del negocio.
- Los procesos administrativos son tediosos.
- No se tiene la disponibilidad de tus comprobantes.
- Existe mucha información en papel que a veces no es necesario.
- Al no tener un sistema ocasionan gastos extras.

3.2. Análisis de la situación actual.

El estudio presentado está enfocado en la empresa DI MOTOS S.R.L, debido a que se ha evidenciado que existen falencias en los procesos de registro de compra y venta motivo por el cual se efectuó una exhaustiva investigación de campo con la finalidad de reconocer los puntos álgidos que impiden el normal y rápido crecimiento de empresa en mención.

Dicha información es proporcionada por los trabajadores de la empresa, juntos conforman un segmento poblacional específico, llámese a estos empleados del negocio, con la finalidad de optimizar y mejorar los registros de compra y venta.

Con el presente análisis se pudo determinar que las falencias que tienen la empresa DI MOTOS S.R.L se encuentra en los inventarios ya que no llevan un adecuado control de inventarios, pues esto produce pérdidas en la empresa y que los registros de compras y ventas no reflejan la realidad de la empresa, puesto que el inventario es de vital importancia para el crecimiento de un negocio, ya que en la actualidad se debe de llevar minuciosamente y mediante sistemas automatizados un orden cronológico de los productos para que de esta manera los negocios no lleguen al fracaso y puedan ser competitivos en la rama comercial en la que se desenvuelvan.

Para cualquier empresa, el manejo de sus inventarios resulta decisivo, y en el caso de la empresa DI MOTOS S.R.L, la contabilidad de sus inventarios es de suma importancia dentro de la misma.

Un óptimo control en los sistemas de inventarios permitirá a la empresa estar al mismo nivel de la competencia que existe en el mercado, así como también llevar la información contable de manera clara y precisa.

Por este motivo se pudo encontrar que los inconvenientes que se presentan al momento de llevar un control de inventarios y procesos, ya que los mismos rotan diariamente y por este motivo se registran falencias que pueden ocasionar el declive de la empresa.

Para evitar el escenario anterior, se propone la implementación de un software que optimice los procesos de venta y con esto una correcta administración de los insumos, evitando así pérdidas económicas que afecta las finanzas de la empresa.

A si mismo se logrará brindar una excelente atención a las personas, promoviendo el desarrollo organizacional de la empresa que se encuentran situadas en este mercado competitivo.

CONCLUSIONES

En cuanto al registro de compra de los trabajadores se pudo observar que no registran en forma cronológica las compras de bienes y servicios que realiza la empresa, los trabajadores evidenciaron que nunca los comprobantes como facturas, boletas, etc., se encuentran archivados en un orden específico y también se pudo observar que la empresa no cuenta con personal capacitado para realizar los registros de compras.

En cuanto a los registros de ventas, se pudo observar que nunca existe un registro donde se pueda ver exactamente qué cantidades se venden, como también los registros de ventas no se encuentran ordenados para la toma de decisión, como también se pudo notar que los trabajadores no utilizan los registros de ventas para saber que falta exactamente.

En cuanto a la falta de un sistema contable, se confirma que el implementar un sistema permite automatizar, reducir y mejorar los tiempos en los procesos sin perder información importante para la empresa, como son en los procesos de compras y ventas.

RECOMENDACIONES

Se presentan las siguientes recomendaciones:

Se recomienda registrar en forma cronológica las compras de bienes y servicios para evitar problemas futuros en cuanto a los comprobantes como facturas, boletas, etc., se sugiere archivarlos en un orden específico y sobre todo se recomienda capacitar al personal encargado de los registros de compras.

En cuanto a los registros de ventas se recomienda hacer el uso de esta información ya que al utilizar estos registros de ventas nos podrá brindar información muy útil para tomar decisiones en la empresa.

Se sugiere implementar un sistema contable, ya que esto permite automatizar, reducir y mejorar los tiempos en los procesos sin perder información importante para la empresa, como son en los procesos de compras y ventas.

BIBLIOGRAFÍA

CHAUCA, ROSARIO. (2010). IMPLEMENTACION DE UN SISTEMA DE CONTROL DE INVENTARIOS EN LA FARMACIA DEL CENTRO DE ATENCION AMBULATORIA IESS. Recuperado el 10 de 07 de 2013, de <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/867>

DEFINICION ABC. (2011). CONCEPTO DE ACTIVO. Recuperado el 22 de 07 de 2013, de <http://www.definicionabc.com/economia/activo.php>

DEFINICION ABC. (2011). CONCEPTO DE CONTABILIDAD. Recuperado el 25 de 07 de 2013, de <http://www.definicionabc.com/economia/contabilidad.php>

DEFINICION ABC. (2010). CONCEPTOS BASICOS. Recuperado el 25 de 07 de 2013, de <http://www.definicionabc.com>

DEFINICION ABC2010CONCEPTOS DE LOS FUNDAMENTOS

DEFINICION ABC. (2010). DEFINICIN DE CAPACIDAD DE ENDEUDAMIENTO. Recuperado el 25 de 07 de 2013, de http://www.definicionabc.com/economia/capacidad_endeudamiento.php

- DEFINICON ABC. (2011). CONCEPTO DE COMPETITIVIDAD. Recuperado el 25 de 07 de 2013, de <http://www.definicionabc.com/economia/competitividad.php>
- DSPACE. (2010). BITSTREAM CAPITULO 20 PDF. Recuperado el 22 de 07 de 2013, de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/191/3/CAPITULO%20II.pdf>
- EAFRAN. (2010). Buró de Franquiciadores de la Asociación Ecuatoriana de Franquicias. Recuperado el 14 de junio de 2013, de <http://www.aefran.org/comisionfranquiciadores.html>
- ECOS NEGOCIOS. (2008). FARMACIA FIBECA. Recuperado el 16 de junio de 2013, de <http://www.ekosnegocios.com/marcas/marcasEcuador.aspx?idMarca=95>
- GONZALEZ. (2010). HISTORIA DEL INVENTARIO. Recuperado el 15 de agosto de 2013, de http://www.dav.sceu.frba.utn.edu.ar/homovidens/cmем_generico/lopez.gustavo/final_gustavo_lopez/final_inge/historia.html
- GUAMAN, DAYSI Y GONZABAY, LISSETTE. (2011). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACION DE PROCESOS CONTABLES Y DE INVENTARIO EN LA PLASTIFERIA FREDDY JUNIOR. Recuperado el 10 de 07 de 2013, de <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/1112>

- PEÑAFIEL LOOR, LILIANA. (2012). CREACION DE UN PORTAFOLIO DE DISEÑO GRAFICO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA COMUNICACION EN LAS FARMACIAS DEL CANTON MILAGRO. Recuperado el 08 de 08 de 2013, de <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/933/1/proyecto%20publicidad.pdf>
- RAMIREZ, JOSE. (2009). INVENTARIOS DE LOS FUNDAMENTOS. Recuperado el 18 de 07 de 2013, de http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/inventariosfundamentos/default2.asp
- REGINA, EUGENIO. (2010). LOGISTICA DE INVENTARIO Y SU INCIDENCIA EN LAS VENTAS DE LA FARMACIA CRUZ AZULINTERNACIONAL DE LA CIUDAD DE AMBATO. Recuperado el 15 de 07 de 2013, de <http://repo.uta.edu.ec/handle/123456789/1381>
- REGLAMENTO DE LEY DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO. (2012). ART.41 AJUSTE DE LOS ACTIVOS NO MONETARIOS. Recuperado el 20 de 07 de 2013, de www.leyregimentributariointerno.gob.ec
- ROMERO, ALVARO. (2010). PRINCIPIOS DE CONTABILIDAD. LIMA: MC GRAW HILL INTERAMERICANA.
- SANCHEZ, OSCAR*SOLETO S.,*MOTA, MARTHA. (2009). INTRODUCCION A LA CONTADURIA. BUENOS AIRES: LIMERIN.

ANEXOS

ANEXO 01. Registro de compra

REGISTRO DE COMPRAS JUNIO DI MOTOS SRL - Microsoft Excel (Error de activación de productos)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	
	O.	Doc	Fecha	Doc	Numero	R.Fecha	R.Doc	R.Numero	Doc	Numero	Razon Social	B.I.A	B.I.B	B.I.C	A.no.G.	I.S.C.	I.G.V.A	I.G.V.B	I.G.V.C	OTROST.	IMP. BOISA	Total	M	T/C	D. Fecha	D. Numero	Fecha Ven.	Glosa	
2	01	1	03/06/2021	01	0001	000126			6	10719807769	INVERSIONES Y SERVICIOS GENERALES "K & V & R"	0.00	0.00	0.00	1,850.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1,850.00	S	//				03/06/2021	05 UNIDADES DE GPS SINATRA
3	01	2	04/06/2021	01	0001	000127			6	10719807769	INVERSIONES Y SERVICIOS GENERALES "K & V & R"	0.00	0.00	0.00	1,450.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1,450.00	S	//				04/06/2021	04 UNIDADES DE GPS SINATRA
4	01	3	14/05/2021	01	F011	0035138			6	20517206955	HEADMARK CORPORATION S.A.C	0.00	0.00	0.00	2,650.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2,650.00	S	//				01/06/2021	VEHICULO
5	01	4	14/05/2021	01	F011	0035139			6	20517206955	HEADMARK CORPORATION S.A.C	0.00	0.00	0.00	2,650.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2,650.00	S	//				01/06/2021	VEHICULO
6	01	5	14/05/2021	01	F011	0035140			6	20517206955	HEADMARK CORPORATION S.A.C	0.00	0.00	0.00	2,650.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2,650.00	S	//				01/06/2021	VEHICULO
7	01	6	14/05/2021	01	F011	0035141			6	20517206955	HEADMARK CORPORATION S.A.C	0.00	0.00	0.00	2,650.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2,650.00	S	//				01/06/2021	VEHICULO
8	01	7	14/05/2021	01	F011	0035142			6	20517206955	HEADMARK CORPORATION S.A.C	0.00	0.00	0.00	2,650.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2,650.00	S	//				01/06/2021	VEHICULO
9	01	8	14/05/2021	01	F011	0035143			6	20517206955	HEADMARK CORPORATION S.A.C	0.00	0.00	0.00	2,650.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2,650.00	S	//				01/06/2021	VEHICULO
10	01	9	08/06/2021	01	FAL7	00012751			6	20493190611	CORPORACION GAYMAN S.A.C	0.00	0.00	0.00	45.75	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	45.75	S	//				08/06/2021	REPUESTOS
11	01	10	10/06/2021	01	FAL7	00012752			6	20493190611	CORPORACION GAYMAN S.A.C	0.00	0.00	0.00	1,782.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1,782.00	S	//				10/06/2021	ACEITES
12	01	11	11/06/2021	01	FAL7	00012758			6	20493190611	CORPORACION GAYMAN S.A.C	0.00	0.00	0.00	27.75	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	27.75	S	//				11/06/2021	REPUESTOS
13	01	12	26/06/2021	01	FAL7	00012788			6	20493190611	CORPORACION GAYMAN S.A.C	0.00	0.00	0.00	1,782.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1,782.00	S	//				26/06/2021	ACEITES
14	01	13	14/06/2021	01	FAL7	00012788			6	20493190611	CORPORACION GAYMAN S.A.C	0.00	0.00	0.00	11.78	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	11.78	S	//				14/06/2021	REPUESTOS
15	01	14	18/06/2021	01	FAL7	00012788			6	20493190611	CORPORACION GAYMAN S.A.C	0.00	0.00	0.00	453.80	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	453.80	S	//				18/06/2021	REPUESTOS
16	01	15	18/06/2021	01	FAL7	00012788			6	20493190611	CORPORACION GAYMAN S.A.C	0.00	0.00	0.00	453.80	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	453.80	S	//				18/06/2021	REPUESTOS
17	01	16	12/06/2021	01	FAL7	00012788			6	20493190611	CORPORACION GAYMAN S.A.C	0.00	0.00	0.00	121.40	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	121.40	S	//				12/06/2021	REPUESTOS
18	01	17	30/06/2021	01	F001	02226439			6	20603235780	ZIPAY S.A.C	0.00	0.00	0.00	1,824.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1,824.00	S	//				30/06/2021	COMISION FACILITADOR TIEN
19	01	18	30/06/2021	01	F001	02267023			6	20603235780	ZIPAY S.A.C	0.00	0.00	0.00	2,473.76	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2,473.76	S	//				30/06/2021	COMISION FACILITADOR TIEN
20	01	19	30/06/2021	01	F001	02192718			6	20603235780	ZIPAY S.A.C	0.00	0.00	0.00	1,182.70	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1,182.70	S	//				30/06/2021	COMISION FACILITADOR TIEN
21	01	20	30/06/2021	01	F001	02128665			6	20603235780	ZIPAY S.A.C	0.00	0.00	0.00	1,077.27	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1,077.27	S	//				30/06/2021	COMISION FACILITADOR TIEN
22	01	21	30/06/2021	01	F001	00654775			6	20265681299	EQUIFAX PERU S.A	0.00	0.00	0.00	472.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	472.00	S	//				30/06/2021	SERVICIOS DE INFORMACION
23	01	22	22/06/2021	01	F001	125			6	10737947888	MEDINA DEL AGUILA VICTOR DJORKAIEFF	0.00	0.00	0.00	546.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	546.00	S	//				22/06/2021	REPUESTOS
24	01	23	08/06/2021	01	E001	590			6	20393425530	VILLENA & COMPAÑIA INVERSIONES E.I.R.L	0.00	0.00	0.00	200.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	200.00	S	//				08/06/2021	PROFORMAS
25	01	24	14/06/2021	01	E003	00009555			6	10229649812	RADIO STUDIO 5	0.00	0.00	0.00	250.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	250.00	S	//				14/06/2021	SPOT PUBLICITARIO
26	01	25	02/06/2021	01	F002	00006813			6	20128967606	SOCOPIUR S.A.C	0.00	0.00	0.00	3,871.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3,871.00	S	//				02/06/2021	VEHICULO
27	01	26	02/06/2021	01	F002	00006814			6	20128967606	SOCOPIUR S.A.C	0.00	0.00	0.00	3,871.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3,871.00	S	//				02/06/2021	VEHICULO
28	01	27	02/06/2021	01	F002	00006815			6	20128967606	SOCOPIUR S.A.C	0.00	0.00	0.00	3,871.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3,871.00	S	//				02/06/2021	VEHICULO
29	01	28	02/06/2021	01	F002	00006816			6	20128967606	SOCOPIUR S.A.C	0.00	0.00	0.00	3,871.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3,871.00	S	//				02/06/2021	VEHICULO
30	01	29	02/06/2021	01	F002	00006817			6	20128967606	SOCOPIUR S.A.C	0.00	0.00	0.00	3,871.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3,871.00	S	//				02/06/2021	VEHICULO
31	01	30	02/06/2021	01	F002	00006818			6	20128967606	SOCOPIUR S.A.C	0.00	0.00	0.00	3,871.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3,871.00	S	//				02/06/2021	VEHICULO
32	01	31	07/06/2021	01	F002	00007040			6	20128967606	SOCOPIUR S.A.C	0.00	0.00	0.00	7,919.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	7,919.00	S	//				07/06/2021	VEHICULO
33	01	32	07/06/2021	01	F002	00007041			6	20128967606	SOCOPIUR S.A.C	0.00	0.00	0.00	7,919.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	7,919.00	S	//				07/06/2021	VEHICULO
34	01	33	09/06/2021	01	F002	00007078			6	20128967606	SOCOPIUR S.A.C	0.00	0.00	0.00	7,111.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	7,111.00	S	//				09/06/2021	VEHICULO
35	01	34	09/06/2021	01	F002	00007079			6	20128967606	SOCOPIUR S.A.C	0.00	0.00	0.00	7,919.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	7,919.00	S	//				09/06/2021	VEHICULO
36	01	35	15/06/2021	01	F001	00073571			6	20128967606	SOCOPIUR S.A.C	0.00	0.00	0.00	3,008.88	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3,008.88	S	//				15/06/2021	VEHICULO
37	01	36	15/06/2021	01	F001	00073572			6	20128967606	SOCOPIUR S.A.C	0.00	0.00	0.00	3,008.88	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3,008.88	S	//				15/06/2021	VEHICULO
38	01	37	15/06/2021	01	F001	00073573			6	20128967606	SOCOPIUR S.A.C	0.00	0.00	0.00	3,008.88	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3,008.88	S	//				15/06/2021	VEHICULO
39	01	38	16/06/2021	01	F001	00073648			6	20128967606	SOCOPIUR S.A.C	0.00	0.00	0.00	2,425.68	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2,425.68	S	//				16/06/2021	VEHICULO
40	01	39	16/06/2021	01	F001	00073649			6	20128967606	SOCOPIUR S.A.C	0.00	0.00	0.00	2,425.68	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2,425.68	S	//				16/06/2021	VEHICULO
41	01	40	16/06/2021	01	F001	00073650			6	20128967606	SOCOPIUR S.A.C	0.00	0.00	0.00	2,425.68	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2,425.68	S	//				16/06/2021	VEHICULO

ANEXO 02. Registro de ventas

REGISTRO DE VENTAS JUNIO DI MOTOS SRL [Vista protegida] - Microsoft Excel (Error de activación de productos)

Vista protegida Este archivo procede de una ubicación de Internet y podría no ser seguro. Haga clic para obtener más detalles. Habilitar edición

X37 VEHICULO													N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
O	Vou	Fecha D.	Fecha V.	Doc	Serie	Número	R.Fecha	R.Doc	R.Número	Doc	Número	Razón Social	Valor Exp.	B.Imp.	Inafecto	I.S.C.	I.G.V.	Otros	Exonerado	Imp.Bolsa	Total	T/C	Glosa		
2	02	1	01/06/2021	01/06/2021	03	0001	0001337	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3,931.00	0.00	3,931.00	0.00000	ANTICIPO		
3	02	2	01/06/2021	01/07/2021	03	0001	0001338	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2,621.00	0.00	2,621.00	0.00000	VEHICULO		
4	02	3	01/06/2021	01/06/2021	03	0001	0001339	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	4,000.00	0.00	4,000.00	0.00000	ANTICIPO		
5	02	4	01/06/2021	01/07/2021	03	0001	0001340	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2,422.00	0.00	2,422.00	0.00000	VEHICULO		
6	02	5	01/06/2021	01/06/2021	03	0001	0001341	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2,585.00	0.00	2,585.00	0.00000	ANTICIPO		
7	02	6	01/06/2021	01/07/2021	03	0001	0001342	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1,724.00	0.00	1,724.00	0.00000	VEHICULO		
8	02	7	02/06/2021	02/06/2021	03	0001	0001343	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1,500.00	0.00	1,500.00	0.00000	ANTICIPO		
9	02	8	02/06/2021	02/07/2021	03	0001	0001344	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2,934.00	0.00	2,934.00	0.00000	VEHICULO		
10	02	9	02/06/2021	03/06/2021	03	0001	0001345	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3,700.00	0.00	3,700.00	0.00000	VEHICULO		
11	02	10	03/06/2021	03/06/2021	03	0001	0001346	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2,020.00	0.00	2,020.00	0.00000	ANTICIPO		
12	02	11	03/06/2021	03/06/2021	03	0001	0001347	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	4,703.00	0.00	4,703.00	0.00000	VEHICULO		
13	02	12	03/06/2021	03/06/2021	03	0001	0001348	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2,667.00	0.00	2,667.00	0.00000	ANTICIPO		
14	02	13	03/06/2021	03/07/2021	03	0001	0001349	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	4,000.00	0.00	4,000.00	0.00000	VEHICULO		
15	02	14	04/06/2021	04/06/2021	03	0001	0001350	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3,751.00	0.00	3,751.00	0.00000	VENTA DE VEHICULO		
16	02	15	04/06/2021	04/06/2021	03	0001	0001351	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3,751.00	0.00	3,751.00	0.00000	ANTICIPO		
17	02	16	04/06/2021	04/07/2021	03	0001	0001352	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2,716.00	0.00	2,716.00	0.00000	VEHICULO		
18	02	17	04/06/2021	04/06/2021	03	0001	0001353	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	5,300.00	0.00	5,300.00	0.00000	ANTICIPO		
19	02	18	04/06/2021	04/07/2021	03	0001	0001354	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	4,996.00	0.00	4,996.00	0.00000	VEHICULO		
20	02	19	05/06/2021	06/06/2021	03	0001	0001355	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	6,220.00	0.00	6,220.00	0.00000	VEHICULO		
21	02	20	05/06/2021	05/06/2021	03	0001	0001356	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3,000.00	0.00	3,000.00	0.00000	ANTICIPO		
22	02	21	05/06/2021	05/07/2021	03	0001	0001357	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2,448.00	0.00	2,448.00	0.00000	VEHICULO		
23	02	22	07/06/2021	08/06/2021	03	0001	0001358	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	7,559.00	0.00	7,559.00	0.00000	VEHICULO		
24	02	23	07/06/2021	07/06/2021	03	0001	0001359	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	4,500.00	0.00	4,500.00	0.00000	ANTICIPO		
25	02	24	07/06/2021	07/07/2021	03	0001	0001360	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2,301.40	0.00	2,301.40	0.00000	VEHICULO		
26	02	25	07/06/2021	07/06/2021	03	0001	0001361	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2,000.00	0.00	2,000.00	0.00000	ANTICIPO		
27	02	26	07/06/2021	07/07/2021	03	0001	0001362	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2,229.00	0.00	2,229.00	0.00000	VEHICULO		
28	02	27	07/06/2021	07/06/2021	03	0001	0001363	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2,787.00	0.00	2,787.00	0.00000	ANTICIPO		
29	02	28	07/06/2021	07/07/2021	03	0001	0001364	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	4,180.00	0.00	4,180.00	0.00000	VEHICULO		
30	02	29	07/06/2021	07/06/2021	03	0001	0001365	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2,500.00	0.00	2,500.00	0.00000	VENTA DE VEHICULO		
31	02	30	08/06/2021	07/07/2021	03	0001	0001366	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2,558.90	0.00	2,558.90	0.00000	VENTA DE VEHICULO		
32	02	31	08/06/2021	08/06/2021	03	0001	0001367	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1,691.00	0.00	1,691.00	0.00000	ANTICIPO		
33	02	32	08/06/2021	08/07/2021	03	0001	0001368	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2,536.00	0.00	2,536.00	0.00000	VEHICULO		
34	02	33	09/06/2021	10/06/2021	03	0001	0001369	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	11,999.00	0.00	11,999.00	0.00000	VEHICULO		
35	02	34	09/06/2021	10/06/2021	03	0001	0001370	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	7,999.00	0.00	7,999.00	0.00000	VEHICULO		
36	02	35	09/06/2021	10/06/2021	03	0001	0001371	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	7,000.00	0.00	7,000.00	0.00000	VEHICULO		
37	02	36	09/06/2021	10/06/2021	03	0001	0001372	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3,369.00	0.00	3,369.00	0.00000	VEHICULO		
38	02	37	09/06/2021	10/06/2021	03	0001	0001373	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	5,950.00	0.00	5,950.00	0.00000	VEHICULO		
39	02	38	09/06/2021	09/06/2021	03	0001	0001374	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3,000.00	0.00	3,000.00	0.00000	ANTICIPO		
40	02	39	09/06/2021	09/07/2021	03	0001	0001375	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3,105.50	0.00	3,105.50	0.00000	VEHICULO		
41	02	40	10/06/2021	11/06/2021	03	0001	0001376	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	7,000.00	0.00	7,000.00	0.00000	VEHICULO		
42	02	41	10/06/2021	11/06/2021	03	0001	0001377	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	4,100.00	0.00	4,100.00	0.00000	VEHICULO		
43	02	42	11/06/2021	11/06/2021	03	0001	0001378	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	6,100.00	0.00	6,100.00	0.00000	VEHICULO		
44	02	43	11/06/2021	11/06/2021	03	0001	0001379	-	-	0	99	CLIENTES VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3,500.00	0.00	3,500.00	0.00000	ANTICIPO		

ANEXO 03. Consulta ruc de la empresa DI MOTOS S.R.L

Consulta RUC			
Volver			
Resultado de la Búsqueda			
Número de RUC:	20602649947 - DI MOTOS S.R.L.		
Tipo Contribuyente:	SOC.COM.RESPONS. LTDA		
Nombre Comercial:	-		
Fecha de Inscripción:	23/11/2017	Fecha de Inicio de Actividades:	23/11/2017
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Domicilio Fiscal:	JR. SALAVERRY NRO. 515 (FRENTE A FUSION) UCAVALI - CORONEL PORTILLO - CALLERIA		
Sistema Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	Principal - 4540 - VENTA, MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE MOTOCICLETAS Y SUS PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	FACTURA BOLETA DE VENTA NOTA DE CREDITO GUIA DE REMISION - REMITENTE		
Sistema de Emisión Electrónica:	DESDE LOS SISTEMAS DEL CONTRIBUYENTE. AUTORIZ DESDE 29/03/2019		
Emisor electrónico desde:	29/03/2019		
Comprobantes Electrónicos:	FACTURA (desde 29/03/2019).BOLETA (desde 29/03/2019)		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones:	NINGUNO		
Fecha consulta: 09/09/2021 18:22			