

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CENTRO DEL PERÚ

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN



TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**GESTIÓN GERENCIAL DE LA EMPRESA
COURIER ASCONSER S.R.L., PERIODO
2010-2013**

PRESENTADO POR EL:

BACHILLER LUIS FERNANDO TRAMONTANA ROJAS.

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN

HUANCAYO- PERU

2015



INFORME N.º 010 – 2023 IEI/FCA-UNCP

A : Ms. Marcos Chávez Pajares (E)
Decano de la Facultad de Ciencias de la Administración - UNCP.

DE : Dr. Saúl Nilo Astuñaua Flores.
Director del Instituto Especializado de Investigación de la FCA.

ASUNTO : Informe del nivel de similitud del Trabajo de Suficiencia Profesional
“**GESTIÓN GERENCIAL DE LA EMPRESA COURIER ASCONSER S.R.L., PERIODO 2010-2013**”

REFERENCIA : EXP.

FECHA : Huancayo, 13 de Setiembre de 2023

Mediante el presente cumpla con hacer llegar a su despacho el informe del nivel de similitud del Trabajo de Suficiencia Profesional intitulada: “**GESTIÓN GERENCIAL DE LA EMPRESA COURIER ASCONSER S.R.L., PERIODO 2010-2013**”, presentado por el: Bach. LUIS FERNANDO TRAMONTANA ROJAS. De acuerdo a los resultados del reporte del software **TURNITIN**, respecto a la prueba de similitud al que fue sometido el contenido del informe, informo lo siguiente:

- De la verificación del nivel de similitud del contenido de la tesis, se observa los resultados reportados de **16 % de nivel de similitud** conforme al software Turnitin (adjunto reporte).
- Conforme a la norma de la UNCP vigente NO cumple con el estándar aceptable dentro del intervalo menor igual a 25%.

En consecuencia, **DECLARO ACEPTABLE EL NIVEL DE SIMILITUD DE LA TESIS**, y pase a su trámite para su respectiva revisión y sustentación, salvo mejor parecer.

Es cuanto informo a Ud. para su conocimiento y fines pertinentes,

Atentamente,

Adjunto:

Documento de TURNITIN

Dr. Saúl Nilo Astuñaua Flores Astuñaua
Director del Instituto especializado de investigación

GESTIÓN GERENCIAL DE LA EMPRESA COURIER ASCONSER S.R.L., PERIODO 2010-2013

por Saul Nilo Astuñaupa Flores



Dr. Saul Nilo Astuñaupa Flores
DNI: 19944859

Fecha de entrega: 12-jul-2023 06:27p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1982003934

Nombre del archivo: Tramontana_TSP_Turnitin_22_06_23.pdf (1.03M)

Total de palabras: 14704

Total de caracteres: 82744

GESTIÓN GERENCIAL DE LA EMPRESA COURIER ASCONSER S.R.L., PERIODO 2010-2013

INFORME DE ORIGINALIDAD

16%

INDICE DE SIMILITUD

15%

FUENTES DE INTERNET

1%

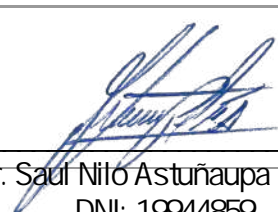
PUBLICACIONES

8%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	elizabeth-modernizaciondelestado.blogspot.com Fuente de Internet	6%
2	escuelaindustrial.cl Fuente de Internet	5%
3	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
4	pdfs.semanticscholar.org Fuente de Internet	1%
5	www.coursehero.com Fuente de Internet	1%
6	ups25uat.ams1907.com Fuente de Internet	1%
7	www.bluex.cl Fuente de Internet	<1%
8	repositorio.uncp.edu.pe Fuente de Internet	<1%


Dr. Saul Nilo Astuñaupa Flores
DNI: 19944859

9

docplayer.es

Fuente de Internet

<1 %

10

es.slideshare.net

Fuente de Internet

<1 %

11

1library.co

Fuente de Internet

<1 %

12

repositorio.ute.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

13

pt.scribd.com

Fuente de Internet

<1 %

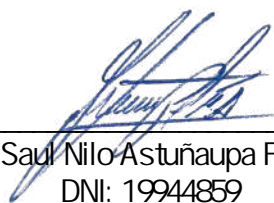
Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 15 words

Excluir bibliografía

Activo



Dr. Saul Nilo Astuña Flores
DNI: 19944859

Dedicatoria

“A mi esposa e hijos, que son la razón de mis mejores esfuerzos para ser cada día mejor.”

Agradecimiento

A mis profesores y amigos que, de una u otra forma, apoyaron el desarrollo de la empresa.

A mis padres y hermano por su constante compañía, que permitió culminar satisfactoriamente todos los retos que rodearon este largo camino.

Y a Dios por colmarnos de salud y sabiduría para concluir con éxitos esta etapa de mi vida.

Resumen

El presente Trabajo de Suficiencia Profesional titulado “Gestión Gerencial de la Empresa Courier ASCONSER S.R.L., periodo 2010-2013”, es un informe donde se plasma la experiencia de ser emprendedor, el crecimiento de la misma y como se Gerencia y no fracasar en el intento, teniendo como objetivo el de “Describir la experiencia profesional obtenido en la gerencia general y como emprendedor de la empresa Courier ASCONSER S.R.L. aplicando adecuadamente todo los conocimientos adquiridos en mi formación profesional de la carrera de Administración de Empresas”, teniendo una delimitación del informe lo sucedido en la empresa durante los años 2010 al 2013.

La empresa inicia sus actividades el 14 de diciembre de 1996 con el nombre de “ASESORIA CONSULTORIA Y SERVICIOS GENERALES” SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA con la sigla ASCONSER S.R.Ltda, cuenta con mas de 15 años en el mercado, en un mercado super competitivo, hemos sabido surgir y de este emprendimiento otros adicionales. Nos permite actualizarnos más no solo en la organización privada, sino, también el lo público, este último tienen sus propias características para competir en sus convocatorias.

Llegando a conclusión de: “La visión de la compañía se basa en ser la principal sociedad de servicios de mensajería en la región, siendo la excelente solución para el cliente, conseguir la mayor contribución del mercado peruano y alcanzar un nivel aceptable de renta. Mientras que la misión de la sociedad es satisfacer la confianza del cliente, para lograr familiaridad, calma y predilección.”; y, “En los servicios que se empiezan se debe Realizar y existir una cultura organizacional con base a la visión y misión de la empresa, no desaprovechando el camino del servicio al cliente (interno y externo).”

Palabras clave: Gerencia, emprendimiento, Courier.

Abstract

The present Work of Professional Sufficiency titled "Managerial Management of the Company Courier ASCONSER S.R.L., period 2010-2013", is a report where the experience of being an entrepreneur, the growth of the same and how to manage and not fail in the attempt, with the objective of "Describing the professional experience obtained in the general management and as an entrepreneur of the company Courier ASCONSER S.R.L. adequately applying all the knowledge acquired in my professional training in the career of Business Administration", having a delimitation of the report what happened in the company during the years 2010 to 2013.

The company started its activities on December 14, 1996 with the name "ASESORIA CONSULTORIA Y SERVICIOS GENERALES" SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA with the acronym ASCONSER S.R.Ltda, has more than 15 years in the market, in a super competitive market, we have been able to emerge and from this venture additional ones. It allows us to update ourselves not only in the private organization, but also in the public, the latter has its own characteristics to compete in their calls.

The company's vision is based on being the main courier services company in the region, being the excellent solution for the client, achieving the highest contribution in the Peruvian market and reaching an acceptable level of income. While the mission of the society is to satisfy the customer's trust, to achieve familiarity, calmness and predilection"; and, "In the services that are started, an organizational culture based on the vision and mission of the company must be realized and exist, not wasting the way of customer service (internal and external)."

Keywords: Management, entrepreneurship, Courier.

INDICE

	Páginas
Dedicatoria	2
Agradecimiento	3
Resumen	4
Abstract	5
INDICE	6
INTRODUCCIÓN	8
CAPITULO I	9
GENERALIDADES	9
1.1 .- Planteamiento del Informe	9
1.2.- Objetivo general.....	9
1.3.- Objetivos específicos	9
1.4.- Justificación.....	10
1.5.- Delimitación	10
CAPITULO II	11
MARCO TEORICO	11
2.1 Antecedentes	11
2.2. Marco teórico	14
2.3. Marco conceptual	24
CAPITULO III	29
DIAGNOSTICO DE LA EMPRESA COURIER ASCONSER S.R.L	29
3.1. - Reseña histórica de Courier ASCONSER S.R.L.....	29
3.2.- Vision	31
3.3.- Misión	31
3.4.- Objetivos.....	31
3.5.- Nuestra red de servicios:	31
3.6.- Experiencia Contractual	34
3.7. Resumen ejecutivo del currículo de ASCONSER de los últimos años.....	35
3.8. Organigrama	37
3.9. Servicios brindados por ASCONSER.....	38

3.10. Términos utilizados en ASCONSER	39
CAPITULO IV	44
EXPERIENCIA PROFESIONAL EN LA EMPRESA COURIER ASCONSER S.R.L. 44	
4.2. Servicio Courier y mensajería	45
4.2.- Funciones como Gerente General	59
4.3.- Proceso de selección	61
4.4.-Flujo de Courier	69
4.5. Procedimiento del servicio de Courier y Carga: Caso Electrocentro	71
CONCLUSIONES	77
SUGERENCIAS	78
BIBLIOGRAFIA	79
Anexo 1 Plano de distribución de ambientes	81

INTRODUCCIÓN

Por nuestra formación profesional la formación de un negocio o una empresa es parte fundamental que deberíamos realizar por nuestra formación profesional, siendo una fuente importante para generar el desarrollo del país, brindar empleo y generar riqueza. A veces, una mayoría opta por iniciar un negocio de forma informal o un pequeño grupo de manera formal. Cuando no se tienen las herramientas necesarias para gestionar empresas, muchas de ellas tienden al fracaso anticipado, no logrando la sostenibilidad necesaria para permanecer en el mercado. Por ese motivo el presente de suficiencia Profesional describe toda la experiencia laboral y profesional adquirida en la empresa ASCONSER S.R.L. de la cual soy uno de los socios y gerente general de la misma.

El presente informe está estructurado en capítulos, siendo como sigue:

CAPITULO I: Se describe el planteamiento del informe, los objetivos del presente informe, así como la justificación y delimitación.

CAPITULO II: Se describe el marco teórico, que han permitido encaminar el presente informe.

CAPITULO III: Se describe a la empresa ASCONSER SRL, como es su reseña y visión, misión entre otros.

CAPITULO IV: describe la experiencia profesional en la empresa Courier ASCONSER SRL.

Finalmente, se presenta realiza la presentación de las conclusiones y las recomendaciones respectivas.

CAPITULO I

GENERALIDADES

1.1 Planteamiento del Informe

El presente informe de experiencia profesional tiene como finalidad describir lo realizado como socio y en el cargo de la Gerencia General de la empresa Courier ASCONSER S.R.L. de los años 2010 al 2013, se describe todo lo que concierne a la empresa y la gestión realizada en la misma.

1.2.- Objetivo general

Describir la experiencia profesional obtenido en la gerencia general y como emprendedor de la empresa Courier ASCONSER S.R.L. aplicando adecuadamente todo los conocimientos adquiridos en mi formación profesional de la carrera de Administración de Empresas.

1.3.- Objetivos específicos

- Describir la empresa Courier ASCONSER S.R.L.
- Describir mi Experiencia Profesional en la empresa Courier ASCONSER S.R.L

- Dar a conocer la gestión que realizada en la empresa Courier ASCONSER S.R.L.

1.4.- Justificación

El presente informe de experiencia profesional adquirida como empresario en la gestión de la empresa Courier ASCONSER S.R.L, servirá para que todos los estudiantes tomen conciencia que ser empresario solo requiere ser emprendedor, perder el miedo a enfrentarse al mercado.

1.5.- Delimitación

El presente informe de experiencia profesional, es sobre la gestión en la empresa Courier ASCONSER S.R.L., durante los años 2010 al 2013.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1 Antecedentes

(Mora Pabón, 2011) analiza algunas actitudes ... respecto a comportamientos, emociones y creencias que tienen después de crear empresa. ...presenta una metodología descriptiva desarrollada para el acopio de información. los resultados que evidencian una vinculación profunda de los emprendedores con sus creencias que los llevan a actuar y sentir de forma que asumen riesgos medidos, tienen el control de lo que llevan a cabo, se sienten satisfechos consigo mismos, están en permanente búsqueda de la innovación y tienen una elevada motivación de logro. Además, se describen y analizan conductas, pensamientos y sentimientos relacionados con el emprendedor de la UJTL. La parte final relata las principales conclusiones emanadas que indican que no sólo las normas sociales intervienen en la intención de crear empresa por parte del emprendedor sino que este puede también influir en las personas para

lograr una aceptación favorable de la conducta de emprender, generándose de esta forma una retroalimentación bidireccional o de doble vía.

(Valdivia et al., 2019) "El emprendimiento universitario se realiza cada vez con más frecuencia, sin embargo, la documentación de dicho evento sigue siendo escasa. El objetivo de este estudio fue analizar los antecedentes y el desarrollo del emprendimiento en Universidades Públicas Mexicanas, al no existir documentación del tema, se utilizaron 25 variables para ser analizadas en las publicaciones referentes a las Universidades Públicas Mexicanas, las cuales se establecieron revisando artículos de emprendimiento universitario y de Universidades Privadas. La metodología fue cuantitativa debido a que se midió la calidad y la productividad de las publicaciones y cualitativa porque se analizaron los aspectos más importantes de las variables del estudio. Se encontraron 95 artículos con índice SCOPUS, en un período del 2002 al 2018. Se concluye que, el año más productivo fue el 2011; distinguiéndose las revistas mexicanas con 78 ejemplares; el cuartil de SCOPUS predominante fue el 3. Se observó una estrecha relación entre las variables estudiadas. Se muestra lo que debe considerarse para incentivar y fortalecer el emprendimiento en las Universidades Públicas Mexicanas."

Según Castañeda (2008), plantea en su informe de experiencia profesional,

Objetivo general: Plasmar los resultados obtenidos en la administración de la empresa FOOD MARKET CARNELY aplicando adecuadamente todos los conocimientos adquiridos en la carrera de Administración de Empresas para el crecimiento de la misma, sirviendo de guía para la acertada gestión de una empresa.

Objetivos específicos

- Conocer la naturaleza y características de la empresa FOOD MARKET CARNELY.
- Conocer la evolución de la empresa FOOD MARKET CARNELY en los 4 últimos años.
- Dar a conocer en forma detallada las actividades desarrolladas en la empresa FOOD MARKET CARNELY.
- Dar a conocer la gestión que realizada en la empresa FOOD MARKET CARNELY.
- Demostrar el crecimiento económico logrado durante mi gestión en la empresa FOOD MARKET CARNELY.

Conclusiones

- La empresa FOOD MARKET CARNELY empezó como una simple bodega que poco a poco viene posicionándose y creciendo en el mercado; que tiene como premisas constante innovación, creatividad y el trabajo en equipo que laboran bajo el liderazgo de la Gerente General, que gracias a sus conocimientos en administración se encuentra apta para hacer frente a todas las amenazas y solucionar todos los problemas que se le presentan.
- La mayoría de microempresas al igual que FOOD MARKET CARNELY aplican en sus inicios diversas teorías, conocimientos y demás conceptos de la carrera de Administración de Empresas empíricamente; pero para su buena aplicación y el crecimiento de las mismas es necesario la accesoria de profesionales en el tema.
- El análisis externo e interno de la empresa FOOD MARKET CARENELY da como resultado que dicha empresa tienes muchas fortaleza y oportunidades para seguir su crecimiento y lograr así su Visión planteada; al igual posee también debilidades y amenazas que son

manejables de acuerdo a la toma correcta de decisiones y las adecuadas estrategias que se apliquen.

- La aplicación de la teoría aprendida en las aulas de la universidad llevadas a la práctica exige un arduo trabajo para que estas funcionen tal como se encuentren establecidas; ya que es diferente la teoría como se entiende en los libros que la que se aplica en nuestras vidas diarias; pero el éxito depende de ello teoría correctamente aplicada en la realidad.
- La creación de empresas en el País es un reto ya que como es fomentada por diversos sectores de la sociedad a su vez también son estas las que nos ponen barreras para surgir; para ello es necesario tener presente que el crear empresa trae consigo muchos beneficios y satisfacciones y su vez constante trabajo y perseverancia.

2.2. Marco teórico

2.2.1 La Cultura del emprendimiento

Para Espíritu, R. & Sastre, M. (2008) “La cultura del emprendimiento es una manera de pensar y actuar, orientada hacia la creación de riqueza, a través del aprovechamiento de oportunidades, ..., de la gestión de un riesgo calculado, ... que beneficia a los emprendedores, la economía y la sociedad.”

2.2.2 Origen del emprendimiento

Según Espíritu, R. & Sastre, M. (2008) El emprendimiento tiene sus orígenes en el inicio de la historia de la humanidad, puesto que ésta en toda su historia ha luchado por superarse, por encontrar mejores formas de hacer las cosas y mejorar su calidad de vida. El emprendimiento es algo innato en la humanidad, algo que siempre ha estado presente en el hombre, aunque claro está, el emprendimiento no se ha desarrollado en todos los hombres. Quizás el emprendimiento ha sido la diferencia entre el hombre y los demás seres vivos, pues éstos últimos prácticamente no se han superado en miles de años, contrario

al sorprendente progreso de la humanidad, y todo gracias el espíritu emprendedor que el caracteriza.

Acción emprendedora

Para Krauss, C. (2005) Emprendedor es una persona con posibilidades de innovar, o sea con la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva. Acción emprendedora es toda acción innovadora que, a través de un sistema organizado de relaciones interpersonales y la combinación de recursos, se orienta al logro de un determinado fin. La acción emprendedora tiene que ver con la capacidad de crear algo nuevo y con la creación de un nuevo valor.

Cultura del Emprendimiento

Según Quintero, C. (2007) Es el conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparte un grupo de personas hacia el EMPRENDIMIENTO, que surgen en la interrelación social, los cuáles generan patrones de comportamiento colectivos y establece una identidad entre sus miembros y lo identifica y diferencia de otro grupo. Formación para el Emprendimiento. La formación para el emprendimiento busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones basadas en la formación de competencias básicas, laborales, ciudadanas y empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo.

Principios para el desarrollo de la cultura del emprendimiento,

Para Quintero, C. (2007), menciona lo siguiente: (1) Formación integral en aspectos y valores como: el desarrollo integral del ser humano y su comunidad, autoestima, autonomía, sentido de pertenencia a la comunidad, trabajo en equipo, solidaridad, asociatividad, desarrollo del

gusto por la innovación, el estímulo a la investigación y el aprendizaje permanente. (2) Fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo y en equipo, en torno a proyectos productivos con responsabilidad social. (3) Reconocimiento de la conciencia, el derecho y la responsabilidad del desarrollo de las personas como individuos y como integrantes de una comunidad. (4) Apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde las perspectivas: social, económica, cultural, ambiental, regional y local.

Fomento de la cultura el emprendimiento

Según Quintero, C. (2007) Para fomentar la cultura del emprendimiento es preciso que se inicie un proceso desde los primeros años de vida de las personas. Este proceso debe contemplar estrategias encaminadas a llevar a la persona al convencimiento que mediante la creación de proyectos productivos se puede llegar a triunfar tanto personal como económicamente. Lamentablemente nuestro sistema educativo se ha enfocado a formar empleados y asalariados más no empresarios. Y no solo el sistema educativo, también la misma estructura familiar y social llevan a las personas a ser empleados y no emprendedores. El emprendimiento como complemento a la vida laboral. El emprendimiento, poco a poco se ha iría convirtiendo en un complemento a la vida laboral de muchos trabajadores. Hoy, cuando la coyuntura económica a nivel mundial no es la mejor, el empleo está desapareciendo rápidamente; además los salarios de los empleos que sobreviven descienden poco a poco. Quienes quedan desempleados, difícilmente podrán conseguir un nuevo trabajo, por lo que tendrán que recurrir a lo que popularmente se conoce como “rebusque” que no es otra cosa que una representación incipiente del emprendimiento. Pero quienes conservan el empleo, han visto o verán sus salarios disminuirse, y si desean mantener su estilo de vida o mantener su

capacidad de pago para responder por sus obligaciones adquiridas en los tiempos de las “vacas gordas”, tendrán que recurrir al “rebusque” para nivelar sus ingresos. De hecho, actualmente son muchas las personas que además de trabajar para una empresa, tienen un taxi, algún local arrendado o cualquier otra fuente de ingresos adicional, que, aunque no se le puede llamar emprendimiento, sí es un gran paso hacia la cultura del emprendimiento, hacia el convencimiento de que el emprendimiento es una gran alternativa para mejorar los ingresos. Entre más se acentúe la crisis, que por lo menos en Colombia apenas comienza, veremos más personas recurriendo a formas alternativas para obtener ingresos, lo cual al final descubrirá grandes emprendedores, y quien tenga ese perfil, esa inclinación, sin duda que seguirá por ese camino, aun después de superada la crisis, por lo que al final de cuentas la crisis dejará mucho de positivo.

2.2.3. Concepto y definición de emprendimiento

Según Krauss, C. (2005) “El emprendimiento es un término últimamente muy utilizado en todo el mundo. Aunque el emprendimiento siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, pues es inherente a ésta.”

Según 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 (Krauss, C. 2005)

Krauss, C. (2005) concluye que “emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos.

Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, quiera alcanzar mayores logros.”

Importancia del emprendimiento.

Según Espíritu, R. & Sastre, M. (2008) El emprendimiento hoy en día, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores.

Todo esto, sólo es posible, si se tiene un espíritu emprendedor. Se requiere de una gran determinación para renunciar a la “estabilidad” económica que ofrece un empleo y aventurarse como empresario, mas aun sí se tiene en cuenta que el empresario no siempre gana como si lo hace el asalariado, que mensualmente tiene asegurado un ingreso mínimo que le permite sobrevivir.

En muchos países (Casi todos los países Latinoamericanos), para muchos profesionales, la única opción de obtener un ingreso decente, es mediante el desarrollo de un proyecto propio. Los niveles de desempleo, en gran parte de nuestras economías, rondan por el 20%, por lo que resulta de suma urgencia buscar alternativas de generación de empleo, que permitan mejorar la calidad de vida de la población.

Los gobiernos han entendido muy bien la importancia del emprendimiento, tanto así, que han iniciado programas de apoyo a emprendedores, para ayudarles en su propósito de crear su propia unidad productiva.

Casi todos los países, tienen entidades dedicadas exclusivamente a promover la creación de empresas entre profesionales, y entre quienes tengan conocimiento específico suficiente para poder ofertar un producto o un servicio.

La oferta de mano de obra, por lo general crece a un ritmo más acelerado de lo que crece la economía, por lo que resulta imposible poder ofrecer empleo a toda la población. Teniendo en cuenta que nuestros estados, no tienen se podrá salir triunfador en situaciones de crisis. No siempre se puede contar con un gobierno protector que este presto a ofrecer ayuda durante una crisis. El emprendimiento es el mejor camino para crecer económicamente, para ser independientes, y para tener una calidad de vida acorde a nuestras expectativas lo cual implica desarrollar una Cultura del emprendimiento encaminada a vencer la resistencia de algunas personas a dejar de ser dependientes.

2.2.4. Perfil de un emprendedor

Para ser un emprendedor se requiere tener cierto perfil, ciertas aptitudes y ciertas características de personalidad. No es una tarea fácil identificar con claridad cuál debe ser el perfil de un emprendedor,

Para Espíritu, R. & Sastre, M. (2008) menciona que muchos autores coinciden que los factores más importantes a tener en cuenta, son los siguientes: Personalidad idealista y astuta, preocupada por hacer dinero pero no obsesionados; No les interesa demasiado el poder sino la autonomía, les gusta ponerse a prueba, enfrentar riesgos pero no a lo loco, sino planificados; Les gusta demostrar y demostrarse lo que saben, pueden y valen; tienen capacidad de concentración para la resolución y búsqueda de salidas exitosas a problemas, tienen cierto carisma o mística y esperanza respecto a su emprendimiento;

No tienen todo absolutamente claro, tienen miedos como todo ser humano, pero a pesar de ello se animan; Son capaces de sacrificarse por su obra pero sin perder la cordura, son ansiosos y buscan ofrecer un producto o servicio de calidad superior, distinto, destacado; Les gusta dejar su marca en la vida a través de su emprendimiento, están convencidos de que el éxito es 99% transpiración y 1% inspiración; Saben que se pueden equivocar pero también saben que el fracaso es no intentarlo de nuevo.

Otros aspectos a tener en cuenta

Autoconfianza. Según Krauss, C. (2005) “La autoconfianza es la capacidad del individuo en creer en sí mismo, y en la posibilidad de conseguir sus metas personales. Y, es que esta capacidad (estrechamente relacionada con la autoestima personal) se relaciona directamente con algunas habilidades de liderazgo como la motivación.”

Orientación al logro. Según Krauss, C. (2005) “Se entiende como la persistencia para conseguir metas y objetivos personales, en este caso, emprender un negocio. Por eso, esta capacidad se relaciona con otras como la voluntad de finalizar correctamente las tareas que se comienzan.”

Asunción de riesgos. Según Krauss, C. (2005) “Supone una predisposición a no evitar situaciones que impliquen incertidumbre o riesgo potencial. La persona emprendedora va a asumir riesgos, pero éstos deben ser calculados, es necesario calcular los riesgos de cada decisión que se tome y evitar los que sean innecesarios.”

Expectativa de control. Según Krauss, C. (2005) “Se relaciona con la capacidad de la persona para asumir la responsabilidad de sus propias acciones, su expectativa de control sea interna y asuma la independencia

de sus acciones con respecto al entorno y la relación entre su conducta y el resultado.”

Tolerancia a la frustración. Según Krauss, C. (2005) “Puede definirse como la capacidad de persistir en la conducta encaminada a obtener un resultado, a pesar de las dificultades o retrasos que hayan de enfrentarse. Es necesario saber afrontar los obstáculos que se pueden interponer en el camino y perseverar.”

Orientación comercial. Según Krauss, C. (2005) “Tiene que ver con la preferencia por las relaciones interpersonales laborales, lo que incluye la capacidad de comunicación y de obtención de la información adecuada para lograr los objetivos que se persiguen, o para la generación de relaciones de colaboración.”

2.2.5. Las cualidades del emprendedor

- **Disponer de gran energía:** Según Quintero, C. (2007) “al comenzar un proyecto nos encontraremos con dificultades. Para poder enfrentarlas y superarlas debemos contar con suficiente energía física y mental. Por ello es muy importante asumir el mando haciendo cumplir tres acciones importantes: pedir, delegar y supervisar.”
- **Pensar como Emprendedor:** Según Quintero, C. (2007) “es necesario tomar riesgos, lanzarse a la aventura de recorrer caminos inexplorados y encontrar ideas innovadoras. La creatividad y originalidad se convierten en dos componentes básicos en la mente de un emprendedor.”
- **Crear en el propio proyecto:** Según Quintero, C. (2007) “en muchos casos encontraremos barreras para llevar adelante nuestro proyecto. La primera barrera con la que se encuentra un emprendedor es la cultural, que está presente en las sociedades. Probablemente las críticas de nuestro propio círculo social – familia, amigos, colegas.”

- **Dedicar el 100% del tiempo, recursos y esfuerzos:** Según Quintero, C. (2007) “En tu emprendimiento, tú serás tu propio jefe y también el líder de tu equipo. Por lo tanto, tendrás que dedicar todo tu tiempo, recursos, ingenio y esfuerzos en tu emprendimiento.”
- **Disfrutar de los desafíos:** Según Quintero, C. (2007) “es propio del ser humano sentir estrés ante situaciones de cambio o riesgo, que ni nuestro entusiasmo y energía por lo nuevo, podrían combatir. Ser capaces de organizarnos y tener a su vez la flexibilidad para garantizar un resultado final exitoso.”
- **Ver al fracaso como el camino hacia el éxito:** Según Quintero, C. (2007) “un emprendedor es comparable a esos muñecos que se caen y se vuelven a levantar. Muchos emprendedores han vivido varios fracasos empresariales antes de lograr un éxito.”
- **Estabilidad en las relaciones personales:** Según Quintero, C. (2007) “un emprendedor trabaja en equipo y debe establecer un clima de armonía en sus relaciones personales, con sus compañeros de trabajo, sus proveedores, sus clientes. Por lo que deberá mostrar buena disposición para trabajar en conjunto y no dejar que el ‘‘aire se contamine’’ con las experiencias fallidas e insatisfactorias. Debe velar por el espíritu alentador y motivador de los integrantes del proyecto.”
- **Ser un hábil Comunicador:** Según Quintero, C. (2007) “la comunicación eficaz es la base de las buenas relaciones y los negocios. La comunicación debe ser bilateral para que no se creen confusiones y los integrantes del equipo se sientan comprendidos y tomados en cuenta.”
- **Tener conocimientos técnicos:** Según Quintero, C. (2007) “el camino que vamos a tomar y desarrollar nuestro emprendimiento tiene que ser conocido. Debemos manejar la materia con detenimiento, de manera tal de poseer el conocimiento y experiencia

necesarios sobre el proceso productivo y los canales de comercialización.”

Finalmente debemos analizar cuáles son los recursos con los que contamos y reconocer cuáles son nuestras fortalezas y debilidades, para saber en qué rubros necesitamos capacitación o la ayuda de expertos; considerando que el primer capital con el que contamos es nosotros mismos. Solo así estaremos listos para tomar la decisión de ser 100% emprendedores.

2.2.6. El Emprendedor y su importancia para la Sociedad:

Por los mismos rasgos y características que hemos definido, el Emprendedor se llega a convertir en un elemento referente de gran importancia para la Sociedad.

A través de su capacidad de crear negocios y empresas, su aporte a la sociedad se convierte en un elemento vital para el desarrollo de la misma.

Según Quintero, C. (2007) Entre los principales aportes que podemos mencionar tenemos: (A) Generación de empleo. (B) Pago de impuestos. (C) Desarrollo de proyectos. (D) Formación de mejores individuos. (E) Aportes a la solución de los problemas de la sociedad. (F) Contribución económica y personal para diferentes proyectos de bien social. Podríamos mencionar otra serie de aportes que genera el Emprendedor; sin embargo, estos pasan a un segundo plano cuando consideramos la importancia que significa para la Sociedad el contar con personas que hacen la diferencia entre que una sociedad crezca, ó se estanque. El Emprendedor puede visualizar posibles cambios antes de que estos se puedan dar y busca participar en estos cambios con el fin de que generen un beneficio a sus empresas y a la sociedad como

un todo. En tiempos como los que vivimos, en los cuales los cambios en los negocios son permanentes, podemos decir que la presencia de un Emprendedor nos permite enfrentar mejores los problemas y cambios constantes que sufren las empresas y como tal, también la sociedad. Ante la mi respuesta es que?pregunta, son necesarios los Emprendedores constituyen una parte fundamental del desarrollo de las empresas y como tal, su aporte es clave para el crecimiento de la sociedad como un todo. En aquellas situaciones en las cuales la mayoría de las personas las identifica como un problema, el Emprendedor identifica oportunidades y como tal las aprovecha hasta alcanzar el beneficio personal y de la sociedad como un todo. Como docentes, nos vemos en la posición de tener que dar un enfoque diferente al proceso de formación de nuestros estudiantes, con el fin de que no solo se conviertan en ejecutivos, sino que busquen identificar y desarrollar sus habilidades como Emprendedores y llegar a generar un mayor aporte al mundo de los negocios y a la sociedad como un todo.

2.3. Marco conceptual

Almacenaje

Según Quintero, C. (2007) “Servicio de custodia para los productos de un cliente en las dependencias de Blue Express. Este servicio requiere la administración del inventario custodiado.”

Asistencia Comercial

Según Quintero, C. (2007) “Unidad de apoyo a clientes mediante un ejecutivo especializado que coordina y gestiona los movimientos de carga de mayor complejidad operacional para clientes particulares. Servicio exclusivo.”

Bodega devoluciones

Según Quintero, C. (2007) “Bodega de tránsito de la carga que no puede ser entregada debido a alguna excepción. Estas excepciones deben ser solucionadas por el cliente y están asociadas a parámetros de entrega, no aceptaciones de envíos, entre otros.”

Bulto

Según Quintero, C. (2007) “Son la cantidad de paquetes o piezas, amparadas en una orden de servicio. Estos se referencian con un rotulo, el que sirve para identificar piezas particulares dentro de una misma partida o transacción (misma Orden de Servicio). Representa una unidad de transporte igual a una pieza.”

Collet

Según Quintero, C. (2007) “Servicio que implica pago del envío (flete) por el consignatario o destinatario al momento de la entrega. Este servicio sólo está disponible para la venta en efectivo, boletas y facturas de Oficinas Comerciales.”

Courier

Según Quintero, C. (2007) “Representante que compone nuestra flota para la distribución a nivel nacional.”

Etiquetado

Según Quintero, C. (2007) “Proceso de marcado que indica condiciones de operación que deben ser satisfechas en la manipulación estiba y/o tratamiento de la carga. Ejemplo son las etiquetas de posición o de frágil.”

Mecanizado

Según Quintero, C. (2007) “Servicios de valor agregado sobre los productos almacenados, en el cual se adecuan para el despacho a los consignatarios.

Estos servicios incluyen etiquetados, rotulados, armado de kits (promocionales), agregar insertos, embalaje, etc.“

Mercancías peligrosas

Según Quintero, C. (2007) “Son artículos o sustancias que son capaces de poner en riesgo la salud, la seguridad la propiedad el medio ambiente. Se consideran aquellas sustancias cuya peligrosidad es obvia, tales como: ácido, alcoholes, combustibles, explosivos, materiales radioactivos, etc.”

Orden de Servicio

Según Quintero, C. (2007) “Documento que se adjunta a cada envío y permite realizar el seguimiento de éste gracias al número y código de barra que lo identifica. Contiene información tanto del remitente como del destinatario y las características del envío (servicios contratados, peso y tamaño de los bultos, etc.)”

Paquete

Según Quintero, C. (2007) “Se definen como paquetes los envíos de más de 0,5 kilos.”

Packing List

Según Quintero, C. (2007) “Documento necesario para una exportación e importación, donde se declara la descripción, pesos unitarios y totales de los productos.”

Pallet

Según Quintero, C. (2007) “Contenedor de carga.”

Pick & Pack

Según Quintero, C. (2007) “Servicio de preparación y embalajes de pedidos.”

Pick up

Según Quintero, C. (2007) “Solicitud de retiro de carga.”

Pieza

Según Quintero, C. (2007) “Son la cantidad de paquetes o bultos, amparadas en una orden de servicio. Estas se referencian con un rótulo, el que sirve para identificar piezas particulares dentro de una misma partida o transacción (misma orden de servicio). Representa una unidad de transporte igual a un bulto. “

Revisión de Mercadería

Según Quintero, C. (2007) “Servicio de revisión de mercaderías por parte del destinatario al momento de la entrega y verificación contra lo indicado en la Factura o documento con que se esté despachando.”

Seguro

Según Quintero, C. (2007) “Todos los servicios incluyen un seguro que cubre los riesgos propios de los procesos logísticos de transporte de carga. Este seguro tiene cobertura en el territorio nacional hasta 17 UF por bulto que contenga mercancías nuevas (excluye: dinero valores, animales y perecibles).”

Seguro Adicional

Según Quintero, C. (2007) “Es un servicio complementario que le permite al cliente asegurar su carga sobre el máximo del seguro que provee el estándar.

El costo de la prima es de un 0,112 % del monto declarado, con un tope de 16,500 UF por Orden de Servicio.”

Servicio Premium

Según Quintero, C. (2007) “Servicio de carga expresa urgente.”

Servicio Priority

Según Quintero, C. (2007) “Entrega de carga al día hábil siguiente.”

CAPITULO III

DIAGNOSTICO DE LA EMPRESA COURIER ASCONSER S.R.L

3.1. - Reseña histórica de Courier ASCONSER S.R.L

La empresa inicia sus actividades el 14 de diciembre de 1996 con el nombre de “ASESORIA CONSULTORIA Y SERVICIOS GENERALES” SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA con la sigla ASCONSER S.R.Ltda. Con un capital inicial de DOCE MIL NUEVOS SOLES Y 00/100 (S/. 12,000.00 nuevos soles) y domicilio social y fiscal en el Pasaje Salesiano N° 110 El Tambo-Huancayo.

La misma que tiene los siguientes objetivos:

Servicios generales tales como:

Mensajería, pintura, gasfitería, limpieza industrial, informática, servicios de personal especializado y no especializado, publicidad, servicios de degustación estudios de mercado, proyectos de inversión, servicios de consultoría y asesoramiento en ingeniería eléctrica civil, mecánica, alquiler de vehículos, compra y venta de artefactos eléctricos electrónicos, material eléctrico y equipo médico, así como a la venta de productos de primera necesidad.

Órganos de gobierno:

Los socios o dueños se reúnen en Junta de directorio regirán la vida de la sociedad. Las juntas generales de socios se realizarán de forma ordinaria y cuando exista una necesidad o emergencia serán extraordinarias. Las juntas generales se reunirán por lo menos en el primer trimestre del año, Las juntas generales extraordinaria serán convocadas por el Gerente cuando lo estime conveniente a los intereses de la sociedad o cuando lo solicite mediante notificación notarial indicando el objeto de la reunión, con un número que represente la quinta parte de los socios, del capital social.

Corresponde a las Juntas Ordinarias:

- a) Analizar la gestión administrativa y social, los resultados de los estados financieros de cada ejercicio;
- b) Aprobar la política de reparto de las utilidades que hubiera;
- c) Tratar de los demás asuntos que haya sido materia de su convocatoria y que no estén reservados a la Junta General Extraordinaria.

Corresponde a la Junta General Extraordinaria

- a) Cambiar el reglamento o el estatuto
- b) Acrecentar o comprimir el capital social.
- c) Formular compromisos;
- d) Instalar averiguaciones y/o auditorias;
- e) Convertir, reunir, liquidar o saldar la sociedad
- f) Designar y resolver al Gerente y a los apoderados que sean necesarios otorgándoles los poderes respectivos; y,
- g) Resolver los demás asuntos que hayan sido materia de su convocatoria.

3.2.-Vision

“Convertirnos en la empresa más importante de servicios, brindando confiabilidad y credibilidad en la entrega de correspondencia a nivel local, regional, nacional e internacional.”.

3.3.-Misión

“Ser la empresa de mensajería reconocida por su servicio de calidad y la inmediatez en sus entregas, hacemos de la urgencia de nuestros clientes nuestra urgencia”.

3.4.- Objetivos

- Consolidarnos como la empresa más competitiva y moderna del mercado postal en provincias.
- Mejorar la calidad del servicio para permitir el crecimiento de nuestros socios estratégicos y por ende el nuestro.

3.5.- Nuestra red de servicios:

En el departamento de Junín - Huancayo.

- Concepción
- Jauja.
- Chupaca.
- La Oroya.
- San Cristóbal
- Tarma.
- La Merced.
- Pichanaki.
- Satipo.

- San Martín de Pangoa.
- Mazamari.
- Oxapampa.
- Villa Rica.
- Pozuzo.
- San Ramon.
- Perené.
- Junin.
- Carhuamayo.
- Río Negro.
- Puerto Bermudez.
- Puerto Ocopa.
- Pichis Palcazu.
- Rio Tambo.

En el departamento de huancavelica

- Huancavelica.
- Tayacaja.
- Lircay.
- Acobamba.
- Colcabamba.
- Izcuchaca.
- Huando.
- Campo armiño.
- Cobriza.
- Angareaz.
- Acoria.
- Churcampa.
- Tantará.

- Castro virreyna.

De Pasco

- Cerro de Pasco.
- Chaupimarca.
- Ninacaca.
- Yanacancha.
- Paucartambo.
- Huariaca.
- Yanahuanca.
- Huayay
- Vicco.
- Tintamarca
- Simon Bolivar.
- Paucar.
- San Pedro de Pillao.
- Santa Ana Tusi.
- Tapuc.
- Daniel Alcides Carrión.
- Tinyahuarco

De Huánuco

- Huánuco.
- Ambo.
- de Mayo.
- Huaycabamba.
- Huamalíes.
- Tingo María.
- Lauricocha.

- Aucayacu.
- Pachitea

De Ayacucho

- Huamanga.
- Cangayo.
- Huanca Sancos.
- Huanta.
- La Mar.
- Parinacochas.
- San Francisco.

Nuestras oficinas

- Huancayo.
- Concepción.
- Jauja.
- Oroya.
- Chupaca.
- La merced.
- Satipo.
- Oxapampa.
- Huancavelica.
- Huánuco.
- Cerro de pasco.

3.6.- Experiencia Contractual

- Sunarp – VIII Huancayo.
- Sedam Huancayo.

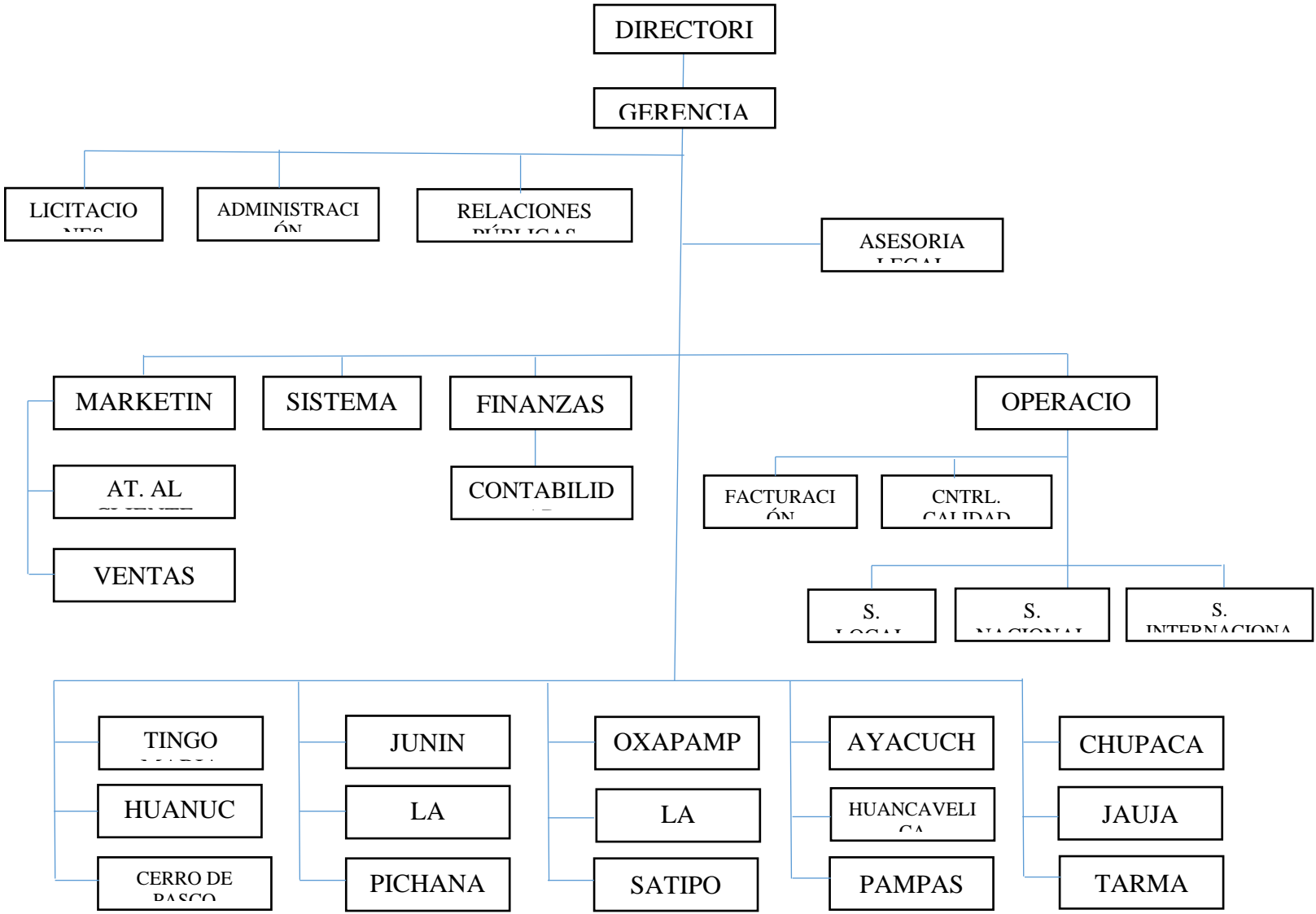
- Caja Municipal Huancayo.
- Sociedad De Beneficencia Pública De Huancayo.
- INPE – Zonal Centro.
- Corte Superior De Justicia De Huancavelica.
- Omnilife.
- Topsa.
- Internacional Millenium Cargo Sac.
- Ransa.
- Sharp (Fedex).
- Hermes.
- Courier Hervas.
- Clínica Cayetano Heredia.
- Notaría Venero.

3.7. Resumen ejecutivo del currículo de ASCONSER de los últimos años

INTITUCION O EMPRESA	AÑO FIRMA DE CONVENIO
CAJA MUNICIPAL HUANCAYO	2003
SERVIVIO DE DISTRIBUCION DE AVISOS Y RECIBOS DE COBRANZA(SEDAM HUANCAYO)	2004
TRANSPORTE DE MENSAJERIA SAC (TUMSAC)	2004
SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE LOS REGISTROS PUBLICOS (SUNARP)	2005
DIRECCION REGIONAL CENTRO DEL INTITUTO NACIONAL PENITENCIARIO (IMPE)	2005

SOCIEDAD DE BENEFICIENCIA HUANCAYO (SBH)	2006
SERVICIO DE DISTRIBUCION DE AVISOS Y RECIBOS DE COBRANZA (SEDAM HUANCAYO)	2006
TRANSPORTE URGENTE DE MENSAJERIA	2006 A LA ACTUALIDAD
SOCIEDAD DE BENEFICIENCIA HUANCAYO (SBH)	2007
ELECTROCENTRO S.A.	2008 A LA ACTUALIDAD
CORTE SUPERIOR DE JUSTICIA DE HUANCAVELICA (CSJP/HVCA)	2008
URBANO EXPRESS PERÚ S.A.	A LA ACTUALIDAD
CORTE SUPERIOR DE JUSTICIAS DE HUANCAYO	A LA ACTUALIDAD

3.8. Organigrama



3.9. Servicios brindados por ASCONSER

Servicio Regular

Servicio estándar de entregas puerta a puerta de sobres y paquetes a nivel nacional. Permite servicios complementarios de cargo adjunto, embalaje, habilitado. No permite cambios de consignado o dirección de entrega; así como tampoco envío de dinero, vales de consumo, documentos valorados al portador, equipos de cómputo o telefonía celular.

Servicio Postal

Servicio de entregas de sobres postales a nivel nacional. Permite sobres postales de 11cm x 22cm. hasta un peso máximo de 30g, No permite envío de dinero, vales de consumo, documentos valorados al portador.

Servicio Económico

Servicio de oficina a oficina para el envío de sobres a un bajo costo. Permite sobres hasta tamaño oficio, con un peso máximo de 200g. No contempla recojo ni entrega a domicilio. No permite envío de dinero, vales de consumo, documentos valorados al portador, equipos de cómputo o telefonía celular.
Metropolitano: Servicio de Lima a Lima.

Nacional: Servicio de Lima a Provincias

Servicio Especial

Servicio de entrega de sobres y paquetes a nivel nacional, con prioridad en la forma de entrega. Permite entrega con hora específica, cambio de destinatario o dirección de destino, previa coordinación. Permite servicios complementarios de cargo adjunto, embalaje, habilitado. No permite envío de dinero, vales de

consumo, documentos valorados al portador, equipos de cómputo o telefonía celular.

Servicio Urgente

Servicio de entrega de sobres y paquetes a nivel nacional, con prioridad de tiempo. Peso máximo de 8kg. Para pesos mayores consultar en cada caso. No permite envío de dinero, vales de consumo, documentos valorados al portador, equipos de cómputo o telefonía celular.

Servicio Valorado y Frágil

Servicio de entrega de sobres y paquetes a nivel nacional, con prioridad en la seguridad del contenido. Protege con seguro el contenido. Responde hasta el 90% del valor declarado o valor de mercado. Permite servicios complementarios de cargo adjunto, embalaje, habilitado. No permite envío de dinero, vales de consumo, documentos valorados al portador, equipos de cómputo o telefonía celular. Si no se declara el envío como servicio valorado, el cliente asume el riesgo de que el producto no se asegure.

Servicio Internacional

Servicio de envío de sobres a cualquier destino del mundo.

3.10. Términos utilizados en ASCONSER

DIRECTORIO: El de ASCONSER está representado por sus Socios que son dos. Ellos son los encargados de tomar la decisión con respecto a la organización, pueden remover al gerente y están en la facultad de controlar y supervisar el desempeño de la organización a nivel macro y micro.

GERENTE: Es el representante legal de la organización y es el encargado de hacer cumplir todos los procedimientos administrativos, operativos y legales asignados, es responsable de las decisiones que tome y responsable de velar que la información que se envía a SUNAT sea veraz.

ÁREA DE RELACIONES PÚBLICAS: Es un órgano de apoyo a la gerencia y es el área encargada de guardar la buena relación con los distintos clientes así mismo con las distintas organizaciones e instituciones del medio.

ÁREA DE ADMINISTRACION: Es el área encargada del control del personal y así mismo está encargada de supervisar que toda la documentación legal de la empresa se encuentre en orden, es el órgano de apoyo a la gerencia para que los objetivos y metas se den de la mejor manera para el desarrollo y crecimiento de la organización.

SECRETARIA: Es la encargada de dar todo el soporte necesario al área de administración de manera que facilite y optimice la labor de esta área.

ÁREA DE LICITACIONES: Es un órgano de apoyo a la gerencia. Es la encargada de desarrollar las propuestas técnicas y económicas en los concursos, licitaciones y/o adjudicaciones públicas.

ÁREA DE ASESORIA LEGAL: Es el área encargada de asesorar a toda la organización de los distintos procesos y procedimientos legales que se requiera; por ejemplo en las licitaciones públicas o privadas en la que se requiera la interpretación de decretos y normas.

ÁREA DE MARKETING: Esta sub-dividida en:

- a) **Atención al cliente:** Es el área encargada de atender a todos los requerimientos de los distintos clientes, ver sus necesidades y velar que estén satisfechos con el servicio prestado.

- b) **Ventas:** Es el área encargada de promocionar y realizar las distintas cotizaciones a los distintos clientes, con administración privada en otras palabras es el área encargada de vender los distintos productos que ofrece ASCONSER SRL.

ÁREA DE SISTEMAS: Es el área encargada de velar el normal funcionamiento de los distintos sistemas con los que trabaja ASCONSER SRL, asimismo es el área encargada de controlar el normal funcionamiento de todos los equipos de cómputo con los que cuenta ASCONSER SRL, por otro lado dentro de su estructura tiene al:

- a) **SIG:** Que es un sistema de información gerencial donde se encuentran almacenadas todas la bases de todos nuestros clientes.

ÁREA DE FIANANZAS: Es el área encargada de realizar la cobranza respectiva a los distintos clientes, así como administrar adecuadamente el dinero, de manera que provea los pagos del personal, pagos de impuestos gastos operativos, y gastos fijos en los que incurre ASCONSER para brindar el servicio, esta área también tiene la función de ver el tema de sobregiros, pagares cartas fianza, letras, etc.

En conclusión es el área que debe velar por la liquidez y cumplimiento de obligaciones de ASCONSER SRL, asimismo estar estrechamente ligada al área de contabilidad.

- a) **Contabilidad:** Es el área encargada de ver los temas referentes a impuestos y obligaciones al fisco, así como ver la liquidación de los trabajadores en el momento de su despido o renuncia.

ÁREA DE OPERACIONES: Es el área más importante en la organización de ASCONSER SRL, debido a que es la encargada de la atención de nuestros clientes, significando esto, que esta área recepciona la documentación y carga,

controla la distribución hasta la entrega respectiva, es la encargada de velar que los distintos clientes se encuentren satisfechos con el servicio, tiene a su cargo las siguientes sub áreas.

- a) **Área de control de calidad:** Es el área encargada de velar que todos los procedimientos se cumplan satisfactoriamente, de manera que se cumplan con los requerimientos del cliente y asimismo realiza supervisiones aleatorias a los distintos cargos de entrega, es un órgano de apoyo al área de operaciones.

- b) **Facturación:** Es el área encargada de preparar la pre liquidación para los distintos clientes y después de su conformidad emitir las facturas correspondientes, está estrechamente ligada a operaciones ya que es el área de operaciones y la encargada de recopilar las distintas guías de entrega, esta área brinda apoyo a la área de operaciones.

- c) **Servicio Local:** Es el área encargada de administrar cada uno de los clientes que se tiene en Huancayo por ejemplo: Backus, La Positiva, etc.

- d) **Servicio Nacional:** Es el área encargada de administrar los clientes que se tiene fuera de la ciudad de Huancayo por ejemplo: TUMSAC, Servicio Logístico de Courier, Ocasa; Enlace, etc.

- e) **Servicio Internacional** Es el área encargada de realizar los envíos fuera del país.

OFICINAS DE ASCONSER: Nuestra organización fundada en el año 1996 y que está próxima a cumplir 17 años en el mercado se ha extendido consolidando oficinas propias y cuya estructura organizacional de cada una de ellas es similar a la estructura de Huancayo.

Nuestras oficinas propias se encuentran ubicadas en:

Tingo María, Huánuco, Cerro de Pasco, Junín, La Oroya, Pichanaki, Oxapampa, La Merced, Satipo, Ayacucho, Huancavelica, Pampas, Chupaca, Jauja, Tarma y teniendo en la actualidad punto de distribución en la ciudad de Lima.

Según Quintero, C. (2007) Una empresa de mensajería o Courier es una **empresa privada de transporte que dispone de vehículos de transporte, de transportistas y de una red propia o franquiciada de centros repartida por toda un territorio**, desde los cuales tramita el **envío y entrega de “paquetes”**, cartas y documentos, que le son confiados por sus clientes (particulares y empresas) **con distintas tarifas, en función de la urgencia con que haga sus entregas y del tamaño volumétrico de los envíos** (volumen + peso). Es muy común en el campo de las ventas a distancia, y en particular en las compras online, que las tiendas online recurran a los servicios de las empresas de mensajería para hacer llegar al domicilio de los compradores sus pedidos online. El resguardo de entrega del producto es el documento de la empresa de mensajería que firmamos cuando ésta nos hace entrega de un “paquete” en nuestro domicilio, del cual nos deja una copia. Este resguardo acredita que se nos ha hecho entrega de un paquete proveniente del vendedor, pero nada más.

CAPITULO IV

EXPERIENCIA PROFESIONAL EN LA EMPRESA COURIER ASCONSER S.R.L.

4.1. Como emprendedor:

Para Espiritu, R. & Sastre, M. (2008) ¿El empresario nace o se hace? Siempre me ha inquietado saber si el empresario nace, o se hace o se forma. Es un interrogante que aún no tengo claro aunque me inclino por creer que el empresario nace y no se forma. Estudié la carrera de Administración de empresas. En principio elegí esa carrera por el convencimiento de que eso me ayudaría en el proceso de ser empresario y no asalariado, una inquietud que siempre he tenido. Pero una vez en la universidad, tuve algunas experiencias negativas que me hicieron creer que el hecho de estudiar una carrera administrativa no me haría empresario. Desde ese momento he creído que el empresario no se forma, no se hace en un aula de clases. Considero que una persona por naturaleza nace con ciertas cualidades que le permiten ser creativos, emprendedores, visionarios, etc., cualidades que difícilmente se desarrollan en un establecimiento educativo, que son propias de la personalidad de cada ser humano, puede impulsar o con ayuda de cursos de emprendimiento puedan apoyar a los emprendedores a darse cuenta de sus cualidades innatas que tienen. Si observamos a los grandes empresarios del mundo, la gran mayoría de ellos no tuvieron formación universitaria, lo único que tuvieron fue una gran idea y el valor para sacarla adelante. Los profesionales de la administración egresados de las más prestigiosas universidades del mundo, por lo general no son grandes empresarios, sólo son grandes administradores de

las grandes empresas ajenas, lo que lleva a concluir que en las universidades no se enseña a crear empresa sino a administrarlas. La razón quizás sea porque que no se puede enseñar a una persona a que tenga ideas brillantes y mucho menos que tenga las agallas para hacerla realidad. Grandes administradores existen muchos. Grandes empresarios no tantos. Parece que no todo el mundo tenemos la capacidad de idear negocios y empresas exitosas, novedosas. Paso para creer que al empresario le pasa lo que al cantante; se nace con la voz. Una buena voz no se crea en una escuela de música, lo más que se consigue es dominar o educar la voz (formación), pero no se puede crear de la nada una voz exitosa. El inicio fue difícil, pasando por hacer muchos negocios hasta hacer consultorías en rubros diferentes, pero siempre con la idea de formar mi propia empresa.

4.2. Servicio Courier y mensajería

- (Sánchez García et al., (2017) El negocio que llamamos “servicio Courier” consiste en consolidar correo por aduana y nacionalizarlo en el país de destino. Incluye paquetes, impresos y documentos y exige trámites específicos. El término técnico de esta operación es “Courier”. El servicio de Courier consiste en el envío de documentos y/o paquetes el cual puede ser realizados por una persona natural o una empresa, estos documentos serán enviados a sus destinos a nivel local, nacional e internacional. Se llama Courier una persona o empresa que se dedica a entregar mensajes, paquetería y correo con correspondencia y documentos, cuando tienen carácter de urgente. También se aplica el término Courier al envío mismo.

Prestaciones complementarias.

- (Sánchez García et al., (2017) La distinción entre “servicios postales básicos” y “servicios urgentes” radica en la rapidez del envío y en las prestaciones ofrecidas: una mayor rapidez y seguridad en la recogida, distribución y entrega de los envíos, y en algunas de las siguientes

modalidades: recogida en el punto de origen, entrega en mano al destinatario, prueba de entrega, seguimiento y localización de los envíos, lo que implica un mayor precio en relación el correo básico que el usuario está dispuesto a pagar si recibe algunos de esos beneficios.

Servicio Courier y mensajería:

- Sánchez García et. al., (2017) El negocio que llamamos “servicio Courier” consiste en consolidar correo por aduana y nacionalizarlo en el país de destino, dentro de las reglas establecidas internacionalmente. Incluye paquetes, impresos y documentos y exige trámites específicos. El término técnico de esta operación es “Courier”. El coste del transporte aéreo es el factor determinante en la tarifa final que pagamos los usuarios. El servicio de Courier consiste en el envío de documentos y/o paquetes el cual puede ser realizados por una persona natural o una empresa, estos documentos serán enviados a sus destinos a nivel local, nacional e internacional. Se llama Courier una persona o empresa que se dedica a entregar mensajes, paquetería y correo con correspondencia y documentos, cuando tienen carácter de urgente. También se aplica el término Courier al envío mismo.

Prestaciones complementarias: Sánchez García et. al., (2017) “La distinción entre “servicios postales básicos” y “servicios urgentes” radica en la rapidez del envío y en las prestaciones ofrecidas: una mayor rapidez y seguridad en la recogida, distribución y entrega de los envíos, lo que implica un mayor precio en relación el correo básico.”

Definición de logística: Sánchez García et. al., (2017) La logística se define como “el mercado de los servicios de planeamiento, implementación y control del flujo y almacenamiento de bienes, servicios e información relacionada, desde el punto de origen al punto de destino, de acuerdo con los requerimientos del cliente.”

Características del Servicio Courier: Sánchez García et. al., (2017) “El servicio de Courier es ofrecido por muchas empresas, el cual consiste en realizar el envío de un paquete o documento en un tiempo determinado a través de una empresa especializada en este servicio.”

El servicio de Courier internacional se encarga de la recolección y transporte de documentos o paquetes de puerta a puerta hacia cualquier destino a nivel mundial. Cada empresa que se dedica a brindar el servicio de Courier internacional cuenta con una logística de recolección a nivel mundial, garantizándoles a sus clientes efectividad y cumplimiento con el tiempo establecido en la entrega. Asimismo, es importante resaltar que muchas empresas de Courier internacional les dan la facilidad a sus clientes de consultar el estado en el que se encuentra su documento o encomienda que está próximamente a ser entregada. Las características que tiene el servicio de Courier son la velocidad, ya que en un tiempo determinado se tiene que enviar un documento o paquete, también la seguridad es importante en este servicio, ya que el cliente debe confiar que su envío llegará al destino previsto, la empresa que ofrece este servicio de Courier deberá hacer un seguimiento y mantener informado a su cliente sobre el estado de su envío y cumplir con el plazo de entrega establecido para generar confianza y fidelizar al cliente. Cabe señalar, que las empresas ofrecen diferentes tipos de servicio de Courier por escalas, esto quiere decir que pueden realizar envíos nacionales o en ciudades de un mismo territorio (país) y a nivel internacional (Sánchez García et al., 2017).

Mensajería: Sánchez García et. al., (2017) “Consiste en el recojo y la distribución personalizada de documentos en forma masiva a nivel local y nacional tales como: Estados de cuenta, sobres, cartas, partes de matrimonio, invitaciones, publicidad, folletería, revistas especializadas, encartes, boletines, notificaciones, facturas, catálogos, libros y más.”

Correos: Sánchez García et. al., (2017) “Empresa de Correos trabaja para brindar la mejor atención en servicios de correos, giros, filatelia y otros en el ámbito nacional e internacional. Como miembros de la gran red de administraciones postales del mundo (U.P.U. - Unión Postal Universal) llegan a más de 189 países en los cinco continentes con una amplia variedad de servicios postales.”

Peso volumétrico: Sánchez García et. al., (2017) “Existen paquetes que pesan poco, pero ocupan mucho espacio. El costo de estos envíos se realiza en función de su peso volumétrico.”

Que se considera como documentos

Según Sánchez García et al., (2017) “Normalmente, informes, manuscritos, listados de ordenador, correspondencia interna, plannings y todo cuanto sea papel en general, se clasifica como documentos.”

Que se considera como paquetes

Sánchez García et. al., (2017) “Todo el resto de los envíos no contemplados en el apartado anterior, se clasifican como "paquetes". Para este tipo de envíos se debe cumplimentar nuestro albarán y, a excepción de los envíos con destino a la Unión Europea, preparar también una factura proforma o comercial.”

Proceso de envío en línea

Sánchez García et. al., (2017) “Los clientes que utilicen sistemas de envíos WordlShip, no tendrían la necesidad de preparar una guía aérea, pues el propio sistema les permitirá generar e imprimir etiquetas de envío, además de facturas comerciales y documentación necesaria para procesar sus envíos.”

1. Crear Etiqueta:

Sánchez García et. al., (2017) “Crear un envío, que se encuentra en la ficha Envíos. Responda las siguientes preguntas para completar

su envío y cree su etiqueta: ¿Hacia dónde se dirige este envío? ¿De dónde viene este envío? ¿Qué está enviando? ¿Cómo le gustaría enviar? ¿Le gustaría agregar una referencia de envío? ¿Cómo le gustaría pagar? ¿Le gustaría programar una recolección?”

2. Grabar Etiqueta:

Después de ingresar los detalles de su envío y seleccionar Enviar ahora, aparecerá una pantalla de confirmación con instrucciones para imprimir su etiqueta. La mayoría de las impresoras crean una etiqueta en papel de uso común, o bien hojas de etiquetas cuando usted selecciona Imprimir. Fije su etiqueta firmemente a su envío.

3. Adjudique su Remesa al Servicio Courier:

Al transcurrir pocos minutos de haberse realizado el proceso de envío en línea, usted está listo para entregar su envío al servicio Courier. Puede entregar sus envíos en un Centro de Atención al cliente de del servicio Courier, entregar su envío a un proveedor de servicio Courier o programar una recolección.

4. Llenado de la guía

AREA MANUAL

Según Sánchez García et al., (2017) Los clientes también tienen la opción de procesar la preparación de la guía aérea y toda la documentación necesaria para su envío de forma manual. Indique la siguiente información sobre su envío en la guía aérea internacional. Información sobre el remitente: Número de cuenta; Número de identificación del remitente.; Nombre del remitente; Número de teléfono (incluyendo código de área); Nombre y dirección de la empresa (incluyendo el código postal y el país). Información sobre el consignatario; Número de cuenta; Número de identificación del consignatario; Nombre del consignatario; Número del teléfono (incluyendo condigo de área). Nombre y

dirección de la empresa (incluyendo el código postal y el país); Pago de cargos; Facturar los cargos de envío; Facturar aranceles e impuestos. Categoría del servicio Información sobre el envío; Si es un envío de documentos; Número de paquetes; Peso real total (especifique se es en Kg. o Lb.); Peso dimensional; Número de zona.; Descripción de la mercancía; Valor declarado. País de origen (fabricación) de la mercancía. Fecha del envío y firma del remitente.

En caso de empresa de correos.

Sánchez García et al., (2017) “Franquear es el pago de la tasa (costo según tarifa) de un envío postal y la representación de esa tarifa por cualquiera de las modalidades autorizadas. Por regla general, los envíos deberán ser completamente franqueados por el expedidor del envío.”

Forma de rotular un sobre

1.- REMITENTE: Sánchez García et al., (2017) “En este espacio deberá colocarse el nombre completo, dirección y casilla postal (si la tuviera) de la persona que envía la carta.”

2.- SELLOS POSTALES: Sánchez García et al., (2017) “En este espacio deben colocarse las estampillas, o sellos postales por un valor determinado según un tarifario en consideración al peso y al destino o lugar donde se envía la carta.”

3.- ANOTACIONES DE SERVICIO: Sánchez García et al., (2017) “Espacio de uso exclusivo de ECOBOL que colocará el servicio por el que está despachando la carta. (Expreso, Certificado, etc.)”

4.- DESTINATARIO: Sánchez García et al., (2017) “Espacio en el cual debe inscribirse el nombre completo, dirección, numeración, localización geográfica (Ciudad, País, Continente), código postal (si tuviera) de la persona a la que envía la carta.”

Presentación de sobre.

Sánchez García et al., (2017) El usuario debe aproximarse a ventanillas de admisión de correspondencia de la siguiente manera: Presentar su envío con el contenido al descubierto (abierto); Se procede a la verificación, cierre y peso del mismo, a cargo del funcionario de Correos; De acuerdo al peso, lugar de destino y el tipo de servicio solicitado (Certificada, Expreso o Aviso de Recepción) se procede al cobro de acuerdo a tarifario vigente. Posteriormente la funcionaria de ventanillas procede a pegar los Sellos Postales en el extremo superior derecho del envío (sobre) con el respectivo valor. **ENVÍOS DE PAQUETES MÚLTIPLES.** Para envíos internacionales de paquetes múltiples, adhiera una guía aérea a uno de los paquetes. Cada paquete adicional debe llevar una etiqueta con la dirección y una etiqueta de seguimiento. Las etiquetas de dirección y de seguimiento no deben ser adheridas al paquete que tenga la guía aérea.

Preparación de las etiquetas:

Según Sánchez García et al., (2017) significa: Escriba con letra molde una etiqueta con la información del remitente y el consignatario (nombre, número de teléfono y dirección).; Adhiera las etiquetas. Etiqueta de Seguimiento; Escriba su número de cuenta.; Anote el peso del paquete y el número de paquetes incluidos en él envió en el espacio correspondiente (por ejemplo, “2 de 3”, etc.); Adhiera las etiquetas.; Desprenda la porción “recibo del remitente” de la etiqueta de seguimiento y guárdela.

EL VALOR COMERCIAL

Sánchez García et al., (2017) “Para cumplir los requisitos de la aduana en la tramitación de sus envíos, incluya una factura comercial junto con su guía aérea. Prepare un original y cuatro copias de la factura. Incluya la siguiente información en su factura en idioma inglés para evitar demoras en la tramitación aduanera.

También es necesario que incluya el número de la guía aérea. Información sobre el remitente”

- Nombre y dirección de la empresa (incluyendo el código postal y el país).
 - Nombre del remitente.
 - Número de teléfono (incluyendo código de área).
 - Numero de clave única de identificación tributaria. Fecha de factura
- Información sobre el consignatario
- Nombre dirección de la empresa (incluyendo el código postal y el país).
 - Nombre del consignatario.
 - Número de teléfono (incluyendo el código de área). Numero de factura y orden de compra (si aplican). Información completa sobre comprador. Si es diferente al consignatario
 - Nombre y dirección de la empresa (incluyendo el código postal y el país).
 - Nombre del comprador.
 - Número de teléfono (incluyendo el código de área).

Número de unidades de cada artículo.

Descripción completa de cada artículo.

País de origen de fabricación del producto

Valor unitario de cada artículo en dólares americanos

Valor total de cada uno de los artículos en dólares americanos

Motivo de exportación. Por ejemplo venta o muestra

Valor parcial den envió en dólares americanos (sin incluir fletes)

Términos de venta. Por ejemplo: pre pagado

Números de paquetes en él envió

Peso total del envío. Especifique si es en kilogramos o en libras

Cargos de envío

Valor declarado en dólares americanos

Valor total del envío en dólares americanos. Incluyendo la unidad monetaria

Firma del remitente y fecha del envío, según (Sánchez García et al., 2017)

MATERIALES PARA EMPACAR:

Según Sánchez García et al., (2017) Elija entre los siguientes enlaces para obtener más información, acerca de los tipos de materiales de empaque que puede utilizar al preparar su paquete de envío.

Laminado de Plástico con Aire Encapsulado: (burbujas). El laminado de plástico con aire encapsulado (empaque con burbujas) es un material de empaque formado por burbujas de aire incrustadas entre dos polilaminas selladas entre sí. Aprenda a utilizarlo como material de empaque.

Relleno Suelto:

Los materiales de relleno suelto se utilizan para llenar espacios vacíos en paquetes que contengan artículos livianos, no frágiles.

Embalaje Original del Fabricante:

Aprenda a utilizar el embalaje original del fabricante al preparar sus paquetes.

Método de Colocación en Caja Adicional: (Sobrecaja)

Lea acerca de la utilización del método de caja adicional (sobrecaja) para empacar sus envíos.

Embalaje Interno:

Aprenda sobre los lineamientos para utilizar embalajes internos al preparar sus envíos.

Enfriadores y Refrigerantes:

Conozca los lineamientos para el embalaje de envíos que contengan enfriadores o refrigerantes.

Cajas de Tránsito:

Aprenda a utilizar cajas de tránsito para transportar sus envíos.

PREPARACIÓN DE LOS ENVÍOS: Embalar Correctamente:

Para Sánchez García et al., (2017) Los siguientes pasos deben ser considerados en el embalaje de sus paquetes para así lograr un transporte seguro de sus envíos. La empresa Courier se reserva el derecho de rechazar aquellos paquetes que no cumplan con los requisitos mínimos de seguridad y embalaje correcto. Los objetos que extremadamente frágiles o pesados requieren un embalaje especial para envíos sin percances.

Para un buen embalaje:

Caja de Cartón Corrugado: Use una caja nueva lo suficientemente grande para que quede espacio para el material de protección del contenido.

Proteja al Contenido.

✓ Embale cada artículo por separado. Trate de mantener los artículos frágiles lo mas separados posibles entre sí, de las esquinas y de lado de la caja, a fin de reducir la probabilidad de que puedan romperse o dañarse.

✓ Una amplia variedad de materiales puede ser utilizada para amortiguación y protección. Estos incluyen: plástico con burbujas de aire, espuma amoldada (una espuma que se comprime y forma moldes protectores alrededor del contenido), divisiones de cartón corrugado y papel fuerte de embalaje o papel periódico arrugado.

✓ Use suficiente material de amortiguación para asegurarse que el contenido no se pueda mover fácilmente. Varios centímetros de material de amortiguación alrededor del contenido deben ser suficientes.

Cerrar Firmemente.

✓ Para cerrar bien la caja, use una cinta adhesiva fuerte – de cinco centímetros o más de ancho- diseñado para envíos.

✓ No utilice cinta de embalaje (making tape) o cinta adhesiva transparente de celofán. Estas cintas adhesivas no proveen la resistencia necesaria para mantener los paquetes cerrados firmemente.

✓ No utilice cordel ni envuelva la caja en papel, pues estos pueden rasgarse en el equipo automatizado, resultando en pérdidas de las etiquetas de dirección o de contenido del paquete.

Use las Etiquetas Apropriadas

Para una entrega correcta y a tiempo tenga presente estos puntos cuando ponga las direcciones en el paquete:

✓ Siempre incluya la dirección completa consignatario con códigos postales o como aplique en cada caso.

✓ Para envíos internacionales incluya el nombre del contacto, número de teléfono y código postal.

✓ Siempre incluya la dirección completa del remitente. Información Adicional. Para exportaciones e Importaciones

a. Limitaciones de Peso y Tamaño

✓ No se limita el peso en los sobres express

✓ No hay límite de peso del envío o del número de paquetes que se pueden incluir en un envío. Cada sobre express, 10 KG/Box y 25 KG/Box se considera como un envío individual y no puede formar parte de un envío paquetes.

✓ El tamaño máximo por paquete es de 330 cm de largo y de circunferencia.

✓ El largo máximo por paquete es de 270 centímetros.

✓ Los servicios de Courier aceptan paquetes para envíos puerta a puerta hasta 70 Kg. para los servicios Worlwide express, Worlwide express saber y Worlwide express expedited; sin embargo, el peso máximo por paquete varía según el destino.

✓ Cada servicio Courier determinara los cargos por el peso dimensional de los envíos de acuerdo a las normas estándar de volumen vigentes de la asociación de transporte aéreo, las cuales están sujetas a cambios sin previo aviso.

b. Limitaciones del Servicio

✓ El valor máximo de un paquete en un envío aéreo es de U\$\$ 50,000 y la máxima responsabilidad legal de la compañía de transporte es también de U\$\$ 50,000.

✓ El valor máximo de la joyas (exceptuando joyas de fantasía) es de U\$\$ 500 por paquete.

✓ Se prohíbe el envío de artículos y materiales peligrosos.

c. Materiales Peligrosos

Es responsabilidad del remitente obedecer los reglamentos y las leyes vigentes aplicables en cada país, verificar que el embarque no contenga materiales peligrosos que son prohibidos para el transporte aéreo y que la documentación del envío es correcta. Todos los envíos internacionales están sujetos a inspección y su entrega puede verse demorada por lo oficiales de aduana o por representantes de otras entidades gubernamentales.

d. Artículos Prohibidos

Está prohibido enviar dinero en efectivo y títulos negociables por los servicios Courier.

No se aceptan envíos de los siguientes artículos:

✓ Bebidas alcohólicas

✓ Productos de animales no domesticados

✓ Artículos de valor extraordinario

✓ Artículos y materiales peligrosos o combustibles

✓ Armas de fuego

✓ Animales vivos

✓ Pieles de animales

✓ Artículos perecederos

✓ Artículos personales

✓ Plantas

- ✓ Material pornográfico
- ✓ Semillas
- ✓ Tabaco
- ✓ Equipaje no acompañado

e. Valor Declarado

La protección contra pérdida o daño se proporciona automáticamente según especificaciones del seguro.

Para las empresas de servicio Courier los documentos no tienen valor comercial alguno. En caso de pérdida o daño de sus envíos de documentos, la empresa Courier reembolsara al remitente el importe pagado por el servicio de transporte.

f. Muestras Clínicas

Se acepta para transporte en base a un contrato, cualquier material humano o animal no infeccioso o material biológico transportado para pruebas rutinarias, investigación o diagnóstico. Para el transporte de estas muestras clínicas médicas, se acepta hielo seco utilizando para mantener la temperatura fría o helada.

En el caso de correos

Según Quintero, C. (2007) Artículos Prohibidos: Los estupefacientes y las sustancias sicotrópicas.; Las materias explosivas, inflamables u otras materias, así como las materias radioactivas.; Objetos obscenos e inmorales.; Los animales vivos, salvo las excepciones previstas, como ser abejas sanguijuelas y gusanos de seda destinados a Instituciones oficialmente reconocidas.; Los objetos cuya importación o circulación este prohibida en el país de destino.; Los objetos que por su naturaleza o su embalaje, puedan presentar peligro para los empleados, manchar o deteriorar los demás envíos o el equipo postal.; Los documentos que tengan carácter de correspondencia actual y personal intercambiados

entre personas que no sean el expedidor y el destinatario o personas que convivan con ellos.; Monedas, billetes de banco, papel moneda o cualesquiera otros valores al portador, cheques de viaje, platino, oro o plata, manufacturados o no, pedrería, alhajas y otros objetos preciosos.

4.2.- Funciones como Gerente General

Según Asconser (2005) Las Funciones y Autoridad:

- Representante legal de la empresa,
- fijo las políticas operativas, administrativas y de calidad en base a los parámetros exigidos según los servicios prestados
- Soy responsable ante los accionistas, por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, junto con los demás gerentes funcionales
- planeo, dirijo y controlo las actividades de la empresa.
- Ejercer autoridad funcional sobre el resto de cargos ejecutivos, administrativos y operacionales de la organización.
- Actúo como soporte de la organización a nivel general, es decir a nivel conceptual y de manejo de cada área funcional, así como con conocimientos del área técnica y de aplicación de nuestros productos y servicios.
- Soy la imagen de la empresa en el ámbito externo e internacional
- proveo de contactos y relaciones empresariales a la organización con el objetivo de establecer negocios a largo plazo, tanto de forma local como a nivel internacional.
- Mi objetivo principal es el de crear un valor agregado en base a los productos y servicios que ofrecemos, maximizando el valor de la empresa para los accionistas.

También en Asconser (2005) Mis principales funciones:

- Guiar la planeación estratégica de la empresa.
- Desarrollar tácticas generales para lograr los objetivos y metas propuestas.

- Establecer un ambiente adecuado para que las personas puedan lograr los objetivos con eficacia, capital, materiales, es decir perfeccionando el uso de los recursos disponibles.
- Realizar una distribución administradora que contenga los elementos precisos para la mejora de los planes de acción.
- Preparar representaciones de labores y objetivos característicos para cada área funcional guiada por su gerente.
- Precisar necesidades de personal estables con las metas y planes de la empresa.
- Seleccionar personal competente y desarrollar programas de instrucción para ampliar sus capacidades.
- Profesar un liderazgo dinámico para volver agentes y establecer los planes y estrategias determinados.
- Desarrollar un ambiente de compromiso que ocasione positivamente a los colaboradores y conjuntos organizacionales.
- Deducir continuamente el desempeño y cotejar resultados reales con los planes y patrones de cumplimiento (autocontrol y Control de Gestión).

Así mismo, Asconser (2005) Otras actividades

- Preparar las cotizaciones de los procesos de concurso para mensajería de entidades públicas o privadas.
- Inspecciona constantemente los principales guías de la acción de la empresa con el fin de tomar decisiones apropiadas, encauzadas a lograr un excelente ejercicio de la empresa.
- Ampara relación incesante con proveedores, en busca de hechos tecnologías o materias primas, insumos y productos más adecuados
- Resuelve cuando un nuevo producto ha de ingresar al mercado
- Se faculta de la contratación y cesantía de personal.
- Está acreditado a firmar los cheques de la sociedad, sin límite de monto.

- Cualquier transacción financiera deben contar con su aprobación.
- Alcanza al Directorio de accionistas delegaciones:
- En caso de vacaciones, enfermedad, viaje o cualquier tipo de ausencia temporal, será reemplazado por las autoridades que el escoja en plazas concretas de acción. Encomiendas concretas se realizarán a través de memorándum.

4.3.- Proceso de selección

Muchos de los contratos que en la actualidad contamos en ASCONSER, es por haber participado en procesos de selección, como es Electrocentro, Corte Superior de Justicia, entre otros. Por lo cual se sigue el procedimiento exigido por la normatividad vigente, siendo como sigue:

Seace (2011) El Estado emplea este mecanismo para seleccionar a un proveedor y satisfacer sus requerimientos de bienes y servicios.

Con el objetivo de seleccionar al proveedor más apropiado, se realizan diferentes actos administrativos, agrupados en las siguientes etapas:

- Convocatoria.
- Adquisición de Bases y Registro de Participantes.
- Presentación de Consultas y Absolución de Consultas.
- Formulación y absolución de Observaciones a las bases e Integración de estas.
- Presentación de Propuestas.
- Evaluación de la Propuesta.
- Otorgamiento de la Buena Pro.
- Luego de que la buena pro ha sido aceptada por todos los participantes, se procede a la firma del contrato.

4.3.1 Tipos de Procesos de Selección

Seace (2011) Existen cinco tipos de PROCESOS DE SELECCIÓN: Licitación Pública, Concurso Público, Adjudicación Directa Pública, Adjudicación Directa Selectiva y Adjudicación de Menor Cuantía. Los criterios para la ubicación de cada uno de estos tipos de selección es el valor referencial y a su condición.

Bienes:

- Adjudicación de Menor Cuantía
0 – 45 000
- Adjudicación Directa Selectiva
45 000 – 225 000
- Adjudicación Directa Pública
225 000 – 450 000
- Licitación Pública
450 000 a más

Obras:

Como se indicó previamente, el principal criterio de clasificación de los diferentes procesos es el costo de los Bienes o Servicios que va adquirir el Estado. Si el costo aumenta, el tiempo para participar se incrementa.

4.3.1.1 El Concurso Público y la Licitación Pública

Seace (2011) En un Concurso Público y en una Licitación Pública, deben haber como mínimo 20 días hábiles contados a partir del día siguiente de la publicación de la Convocatoria en SEACE (SISTEMA

ELECTRÓNICO DE ADQUISICIONES Y
COMPRAS DEL ESTADO

<http://www.seace.gob.pe>) hasta la:

Adjudicación de Menor Cuantía	0 – 115 000
Adjudicación Directa Selectiva	115000 – 575 000
Adjudicación Directa Pública	575000 –1150 000
Licitación Pública	1150000 a más Servicios

Presentación de propuestas. Recuerda que sólo se consideran los días hábiles.

- Luego, deben haber siquiera 5 días hábiles entre la integración de Bases y la presentación de propuestas.
- El Registro de participantes (y entrega de bases) es a partir del día siguiente de la convocatoria hasta un día después de que las bases hayan sido integradas.
- Debe establecerse un período mínimo de 5 días para recibir consultas, contados desde el inicio de Registro de Participantes. El plazo para notificar a los participantes la absolución de consultas y aclaraciones no podrá exceder de 5 días contados desde el vencimiento del plazo para la recepción de consultas.
- Las Observaciones serán presentadas dentro de los 3 días siguientes de haber finalizado el tiempo para la absolución de consultas.

4.3.1.2 La Adjudicación Directa Pública

Seace (2011) Entre la convocatoria y la presentación de propuestas debe haber un plazo no menor de 10 días contados a partir del día siguiente de la publicación del aviso de convocatoria en el SEACE. El Plazo entre la Integración de Bases y la presentación de propuestas no podrá ser menor de 3 días. El Registro de participantes (y entrega de bases) es desde el día siguiente de la convocatoria hasta un día después de que las bases hayan quedado integradas. En una sola etapa se fusionan la presentación de consultas, aclaración y absolución de consultas a las bases y de formulación de observaciones a las Bases e Integración de éstas. Las consultas y las observaciones se recibirán en forma simultánea por un período mínimo de 3 días. El plazo para notificar la absolución de consultas y aclaraciones a las bases, así como para evaluar las observaciones es de 3 días como máximo contados desde el vencimiento del plazo para la recepción de consultas.

4.3.1.3 La Adjudicación Directa Selectiva

Seace (2011) Entre la convocatoria y la presentación de propuestas debe haber un plazo no menor de 10 días contados desde el día siguiente de la convocatoria. El Plazo entre la Integración de Bases y la presentación de propuestas no podrá ser menor de 3 días. El Registro de participantes (y entrega de bases) es desde el día siguiente de la convocatoria hasta un día después de que las

bases han quedado integradas. Se fusionan en una sola etapa la presentación de consultas, aclaración y absolución de consultas a las bases y de formulación de observaciones a las Bases e Integración de éstas. Las consultas y las observaciones se recibirán en forma simultánea por un período mínimo de 3 días. El plazo para notificar la absolución de consultas y aclaraciones a las bases, así como para evaluar las observaciones es de 3 días como máximo contados desde el vencimiento del plazo para la recepción de consultas.

4.3.1.4 La Adjudicación de Menor Cuantía

Seace (2011) Este tipo de procesos, por su menor monto son los que se convocan con mayor frecuencia, pero son de muy corta duración y menor rigor formal. Para el caso de compra de BIENES y contratación de SERVICIOS, no existe plazo mínimo entre la convocatoria y la presentación de propuestas, hasta puede llegar a durar un día. Se notifican a PROMPYME (CENTRO DE PROMOCIÓN DE LA PEQUEÑA Y MICROEMPRESA <http://www.prompyme.gob.pe>) a partir de las 4 UIT (S/. 13, 600). Para el caso de ejecución de OBRAS y CONSULTORÍA DE OBRAS, entre la convocatoria hasta la presentación de propuestas debe haber un plazo no menor de 6 días hábiles. Se notifican a PROMPYME a partir de las 10 UIT (S/. 34,000).

4.3.2 Registro de Participantes

Seace (2011) “Al registrarte manifiestas tu voluntad expresa de querer participar en el PROCESO DE SELECCIÓN. Debes pagar el derecho correspondiente, cuyo valor no deberá ser mayor al costo de reproducción de las Bases. Este pago te da derecho a recabar de la Entidad convocante, una copia de las Bases. En las Adjudicaciones de Menor Cuantía para Bienes y Servicios, el registro como participante es gratuito.”

4.3.3 ¿Qué son las Bases?

Seace (2011) “Las Bases son las reglas de juego del proceso de selección. Estos documentos contienen los requerimientos técnicos, metodología de evaluación, procedimientos y demás condiciones establecidas por la Entidad para la selección del postor y la ejecución contractual respectiva.”

4.3.4 ¿En qué casos debes registrarte como participante?

Seace (2011) “Para participar en cualquier proceso de selección, es requisito indispensable que te registres como participante. ¿Cuándo debes pagar por registrarte como participante? Se requiere pagar el derecho de inscripción como participante ... La excepción; es decir, el registro de participantes es GRATUITO es en Adjudicaciones de Menor Cuantía para la compra de Bienes o Contratación de Servicios.”

4.3.5 Presentación de la Propuesta

Seace (2011) “Una vez que tengas claro el contenido de las Bases, es decir las características y condiciones del Bien o

Servicio que el Estado quiere comprar o contratar, debes preparar la propuesta.”

Propuesta Técnica

Seace (2011) “Es la descripción del Bien que quieres vender o Servicios que quieres ofrecer. Evidentemente, debe igualar o mejorar a lo que el Estado está solicitando.”

Debe contener:

- Copia simple del CERTIFICADO DE INSCRIPCIÓN vigente en el REGISTRO NACIONAL DE PROVEEDORES.
- Declaración Jurada.
- Documentación que acredite el cumplimiento de los requerimientos técnicos mínimos.
- Documentación de presentación facultativa.
- Declaración Jurada de ser micro o pequeña empresa.
- De ser el caso, promesa de Consorcio.
- De ser el caso, documentación relativa a los factores de evaluación, de así considerarlo el postor.

Seace (2011) Lo más importante que debes saber es lo siguiente: Asegúrate de presentar la documentación que acredite el cumplimiento de los requerimientos técnicos mínimos. Como ya se mencionó anteriormente, las bases contienen los requerimientos técnicos y la metodología de evaluación. Es decir, qué documentos o muestra te piden y cómo los van a evaluar. Un factor clave para tener éxito en un proceso de selección es tener lista la documentación, como,

por ejemplo: certificaciones de calidad, facturas o contratos que acrediten la experiencia respectiva y constancias de conformidad de servicio. Otro documento que no debes olvidar es la Declaración Jurada de que los bienes que vendes o servicios que ofreces se realizan dentro del territorio nacional. Con ello obtendrás una Bonificación de 20% en tu puntaje.

Propuesta Económica

Seace (2011) Es lo que pretendes cobrar por el Bien que vendes o Servicio que ofreces. Este monto debe respetar ciertos márgenes en función al valor referencial indicado en las Bases.

Este sobre contiene:

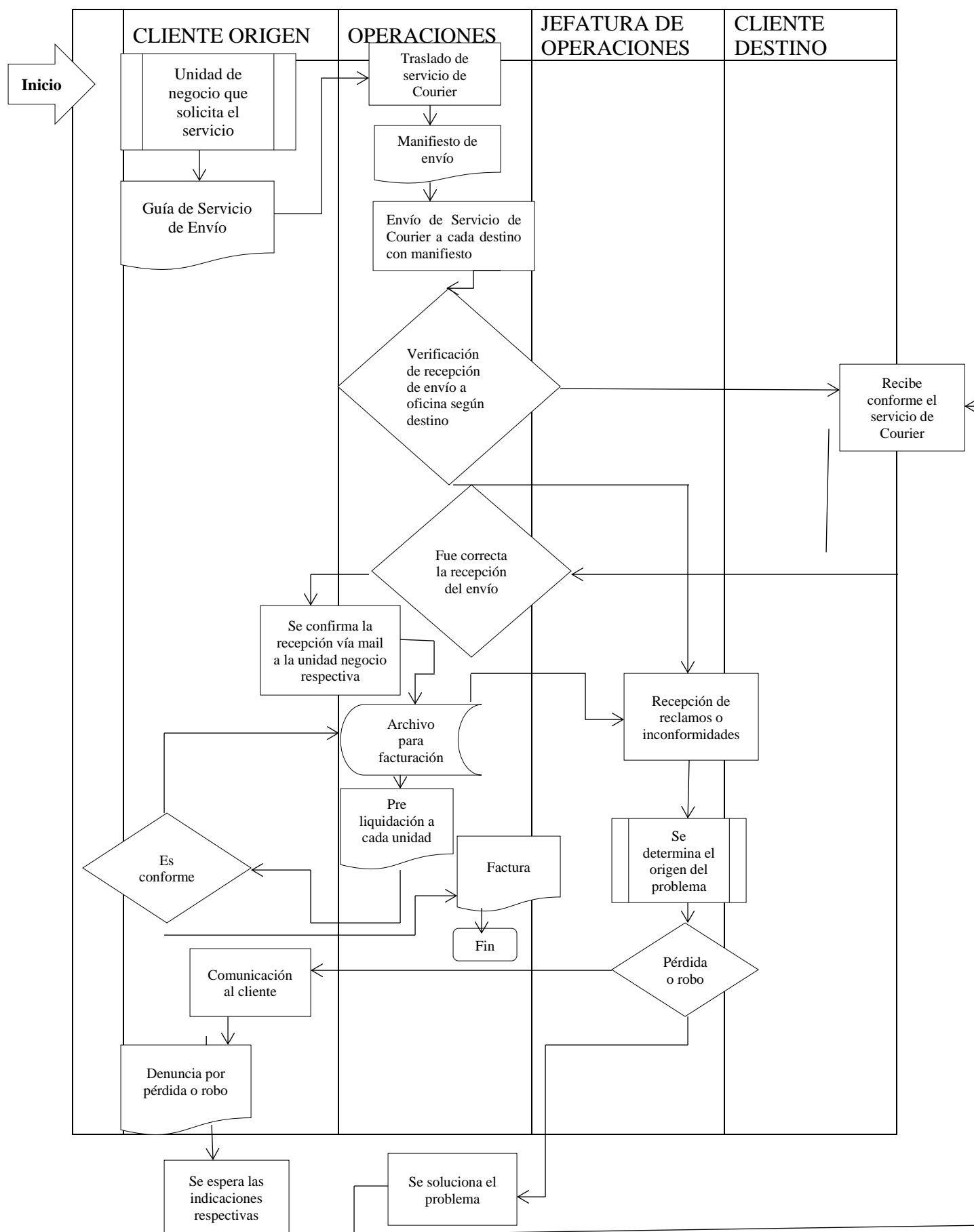
- La oferta económica
- El detalle de precios unitarios cuando esto haya sido establecido en las Bases.
- Experiencia en ventas y Constancias de conformidad de servicio.

4.3.6 Evaluación de Propuestas y Otorgamiento de Buena Pro

Seace (2011) El otorgamiento de la Buena Pro es un acto administrativo cuya finalidad es dar a conocer la propuesta que ha obtenido el mayor puntaje dentro del Proceso de Selección. Previo al otorgamiento de la Buena Pro se realiza la evaluación de propuestas. Esta consiste en la calificación que realiza el Comité

Especial a cada una de las propuestas presentadas, de acuerdo al método de calificación que establece la normatividad. Las Propuestas técnicas y económicas se evalúan asignándoles puntajes de acuerdo con los factores y criterios de evaluación y calificación que se establezcan en las Bases del Proceso. Posterior a la Buena Pro se realiza las actividades para la contratación, adelantos y garantías. Una vez culminada la etapa de evaluación de propuestas, el Comité Especial anunciará a la Propuesta ganadora, es decir, la que haya obtenido el mayor puntaje. Una vez que la Buena Pro haya quedado consentida, la entidad y el/los postores ganadores están obligados a suscribir el o los contratos respectivos (Art. 196º del Reglamento de la Ley de Contrataciones y Adquisiciones). Dentro de los 05 días hábiles siguientes al consentimiento de la Buena Pro, la entidad deberá citar al postor ganador, otorgándole 10 días hábiles dentro de los cuales deberá presentarse a suscribir el contrato, con toda la documentación requerida.

4.4.-Flujo de Courier



4.5. Procedimiento del servicio de Courier y Carga: Caso Electrocentro

PROCEDIMIENTO
 ASCONSER SRL.
SERVICIO DE COURIER Y CARGA A ELECTROCENTRO
 Pág. 1 de 3

OBJETIVO

Establecer el procedimiento a seguir en todo el proceso del Servicio de Courier y Carga.

PASO 1

RESPONSABLE	SECUENCIA DE ACTIVIDADES	DOCUMENTOS RELACIONADOS
Cliente origen	1. La unidad de negocio respectiva solicita el servicio de Courier o carga (Nuestras área de Operaciones diariamente visita cada Unidad de Negocio para realizar el recojo correspondiente, de haber un envío fuera de hora o en días festivos o en feriados se comunica telefónicamente a nuestra jefatura de operaciones).	1. Guía de servicio y 2. Guía de remisión en el caso de carga.

PASO 2

RESPONSABLE	SECUENCIA DE ACTIVIDADES	DOCUMENTOS RELACIONADOS
Área de operaciones de ASCONSER SRL.	1. Recibida la carga y/o sobres se traslada a nuestras instalaciones para emitir un manifiesto de envío para cada destino, en este documento se consigna cada guía a transportar.	1. Guía de servicio 2. Guía de remisión en el caso de carga. 3. Manifiesto de envío.

PASO 3

RESPONSABLE	SECUENCIA DE ACTIVIDADES	DOCUMENTOS RELACIONADOS
Operaciones	1. Cada Oficina Descentralizada y/o Sede Central de ASCONSER SRL, verifica si los manifiestos de envío del servicio de carga y Courier han llegado conformes. 2. De haber llegado conforme el manifiesto se realiza la entrega al cliente destino.	3. Guía de servicio 4. Guía de remisión en el caso de carga. 5. Manifiesto de envío.

PASO 4

RESPONSABLE	SECUENCIA DE ACTIVIDADES	DOCUMENTOS RELACIONADOS
Cliente Destino	1. Recibe la documentación y/o carga de las Oficinas Descentralizadas o de la Sede Central de ASCONSER SRL, de no estar conforme realiza la observación respectiva.	2. . Guía de servicio 3. Guía de remisión en el caso de carga.

OBJETIVO

Establecer el procedimiento a seguir en todo el proceso del Servicio de Courier y Carga.

PASO 5

RESPONSABLE	SECUENCIA DE ACTIVIDADES	DOCUMENTOS RELACIONADOS
Jefatura de Operaciones	1. Si después de la verificación de los manifiestos de envío en la Oficinas de destino de ASCONSER SRL. No son conformes se emite un informe a la Jefatura de Operaciones. 2. La Jefatura de Operaciones determina el problema que se ha presentado, de haber una pérdida o robo se le comunica al cliente origen inmediatamente realizando una denuncia respectiva de ser el caso, de haber otro inconveniente se le da la solución apropiada.	1. Guía de servicio y 2. Guía de remisión en el caso de carga. 3. Manifiesto de envío. 4. Denuncia por pérdida o robo.

PASO 6

RESPONSABLE	SECUENCIA DE ACTIVIDADES	DOCUMENTOS RELACIONADOS
Cliente destino	1. De haber solucionado el problema el cliente destino recibe su documentación y/o carga. 2. De haberse constado la pérdida o robo se le informa también al cliente destino, este de solicitar la copia de la denuncia se le enviara. 3. De estar conforme con la recepción de su valija el cliente Destino firma la conformidad en la guía de Servicio para su posterior facturación.	1. Guía de servicio 2. Guía de remisión en el caso de carga. 3. Denuncia por robo o pérdida.

PASO 7

RESPONSABLE	SECUENCIA DE ACTIVIDADES	DOCUMENTOS RELACIONADOS
Operaciones	1. Informa a Cliente Origen la conformidad de la recepción de la valija satisfactoriamente vía email.	1. Guía de servicio

PASO 8

RESPONSABLE	SECUENCIA DE ACTIVIDADES	DOCUMENTOS RELACIONADOS
Operaciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Las Guías de servicio de las Diferentes Oficinas Descentralizadas retornan a la Sede principal de ASCONSER SRL. Para ser archivadas 2. A finales del mes se emite un pre liquidación para cada Unidad de Negocio. 3. Cada Unidad de Negocio de estar conforme con el pre liquidación emite el Acta de Conformidad. 4. Se emite la factura. 5. Cada Unidad de Negocio de no estar conforme con el pre liquidación se revisan los archivos emitiendo un nuevo pre liquidación. 6. Subsana el error se emite la factura. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Guía de servicio 2. Pre liquidación 3. Factura

4.6. Gestión de personal:

La empresa ASCONSER SRL, está presente en los departamentos de Junín, Pasco, Huánuco, Huancavelica y Ayacucho.

Básicamente tenemos contratos con empresas para distribuir la documentación masiva que estos generan, como son:

- URBANO EXPRESS PERU: documentos masivos de telefónica, AFP Prima, Oechsle (también tarjetas de crédito), Ripley (también tarjetas de crédito).
- ELECTROCENTRO
- CORTE SUPERIOR DE JUSTICIA DE JUNIN.

Personal por cada departamento:

Lugar	Administrativos	Operativos
Local Central	20	30
Junín Provincias		50
Pasco	1	5
Huánuco	1	8
Huancavelica	1	3
Ayacucho	1	8

Además de tener personal externo, cuando se necesiten como contadores, abogados.

Muchos de los trabajos de reparto de la documentación masiva es delicado por lo cual es necesario tener una buena selección de personal, por eso cuando se necesita incorporar personal a la empresa se realiza con la participación de un psicólogo quienes evalúan a los candidatos conjuntamente con el administrador y los jefes de áreas.

Beneficios a los trabajadores: se cumple según lo establecido en la legislación, bonificaciones, seguro, aguinaldos, vacaciones.

Además de brindar algunas facilidades como:

- Otorgar adelantos de haberes
- Prestamos cuando tengan una necesidad urgente.
- Se les permite asistir con sus hijos a sus labores, mientras no baje el cumplimiento de sus obligaciones.

4.7. Aportes a la Empresa

La empresa ya está posicionada en el mercado, contamos con convenios específicos de distribución de documentos masivos, por lo cual me he permitido diversificar la empresa entrando al rubro de distribución de productos de la empresa Lindley, los cuales son los siguientes:

Bebidas Carbonatadas

La línea de bebidas carbonatadas (burbujeantes) constituye, en términos de participación en las ventas, la categoría más relevante en la capital y en las principales ciudades del Perú, a través de nuestras principales marcas: Inca Kola y Coca-Cola.



Bebidas No-Carbonatadas

La línea de bebidas no carbonatadas constituye, en términos de participación en las ventas, la categoría más relevante en la capital y en las principales ciudades del Perú, a través de nuestras principales marcas.



Para lo cual nace dos empresas:

DISTRAROJ SAC: El cual se encarga de la distribución en las ciudades de Tarma y La Oroya, y se tiene la siguiente distribución:

Lugar	Administrativos	Camiones	Choferes	ayudantes	Fuerza de ventas
La oroya	4	3	3	6	5
Tarma	5	3	3	6	5

TRAHIS SAC: (se encuentra inscrita según el régimen de la amazonia) El cual se encarga de la distribución en las ciudades de La Merced, Pichanaki, Satipo, Pucallpa, y se tiene la siguiente distribución de personal

Lugar	Administrativos	Camiones	Choferes	ayudantes	Fuerza de ventas
La Merced	5	5	5	10	10
Pichanaki	3	3	3	6	5
Satipo	3	5	5	10	10
Pucallpa	10	9	9	18	20

CONCLUSIONES

- La visión de la compañía se basa en ser la principal sociedad de servicios de mensajería en la región, siendo la excelente solución para el cliente, conseguir la mayor contribución del mercado peruano y alcanzar un nivel aceptable de renta. Mientras que la misión de la sociedad es satisfacer la confianza del cliente, para lograr familiaridad, calma y predilección.
- En los servicios que se empiezan se debe Realizar y existir una cultura organizacional con base a la visión y misión de la empresa, no desaprovechando el camino del servicio al cliente (interno y externo).
- Dentro de las importantes habilidades para lograr ser una compañía competitiva en el mercado de servicios de mensajería, se tiene como aspectos distinguidos la diferenciación, el servicio al cliente, la invención, la mejora continua, la política de calidad y la productividad.
- Conseguir que nuestros consumidores internos y todo el personal incluyendo la alta gerencia que vivan y sientan la ética empresarial y se identifiquen con la compañía, para ofrecer un servicio insuperable al cliente, establecer en nuestras fortalezas y oportunidades.
- El servicio de mensajería eficientemente estriba de la comunicación, la experiencia y la transparencia. El secreto está en atarearse en equipo.

SUGERENCIAS

- La Gerencia General debe realizar un programa de formación y perfeccionamiento a todo el personal de la empresa, consiguiendo con esto personal hondamente comprometido con los servicios al cliente.
- Todas las habilidades, operaciones y metas, corresponden ser claras y conocidas a todo el personal, a fin de lograr una comunicación segura entre todos los partes de la empresa.
- Se debe de contar con un examen trimestralmente, para comprobar el progreso de las fines planteadas por la alta gerencia.
- A los docentes de la Facultad de Ciencias de la Administración estimular la creación de empresas por los estudiantes, para dinamizar la economía y generar empleo en la Región.

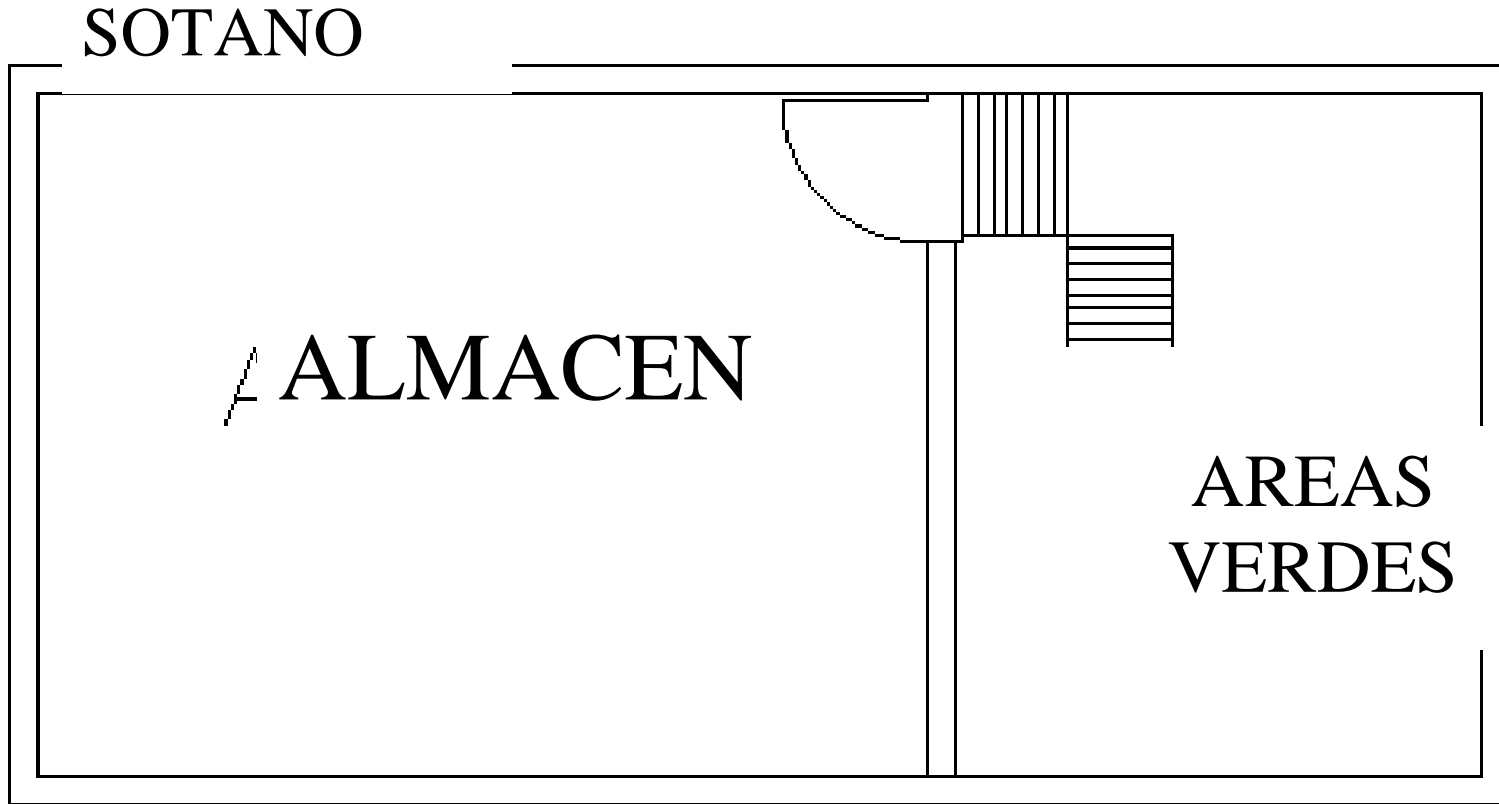
BIBLIOGRAFIA

- Asconser (2005) “Manual de Organización y Funciones”, Huancayo.
- Castañeda (2008) “Informe de Experiencia Profesional Gestión Gerencial de la Empresa Food Market Carnely periodo 2004-2008” UNCP.
- Caballero (2000), “Metodología de la Investigación Científica”, Edit UDEGRAF S.A. Lima.
- Chiavenato (2001), Administración., 3ª ed. Bogotá: Editorial McGraw Hill,
- Espíritu, R. & Sastre, M. (2008) Factores explicativos sobre la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la comunidad de Madrid España <http://www.clee2008.ufsc.br/25.pdf>
- Flores, J. (2001), El comportamiento humano en las organizaciones. Universidad del pacifico, Lima.
- Hernández Et. Al. (2003), “Metodología de la Investigación”. Best Seller International, 3ra Edición Mc Graw Hill.
- Kotler, P (2003), Marketing Management, Editorial Prentice Hall-EEUU
- Koontz, H. (2004), Administración, 12ª ed. México: Editorial McGraw-Hill,
- Krauss, C. (2005) Las actitudes emprendedoras en los estudiantes de la universidad católica de Uruguay. Revista electrónica FCE universidad Católica.
[http://www.ucu.edu.uy/facultades/cienciasempresariales/revistafce/revista6/articulos/ciela05_enviado_set_\(krauss\).pdf](http://www.ucu.edu.uy/facultades/cienciasempresariales/revistafce/revista6/articulos/ciela05_enviado_set_(krauss).pdf).
- Maslow, A. (1965) Motivación y Personalidad, Madrid, tercera edición
- Porter, M (2004), la ventaja competitiva, Editorial Continental S.A.-México
- Quintero, C. (2007) Generación de competencias en jóvenes emprendedores. UNAB

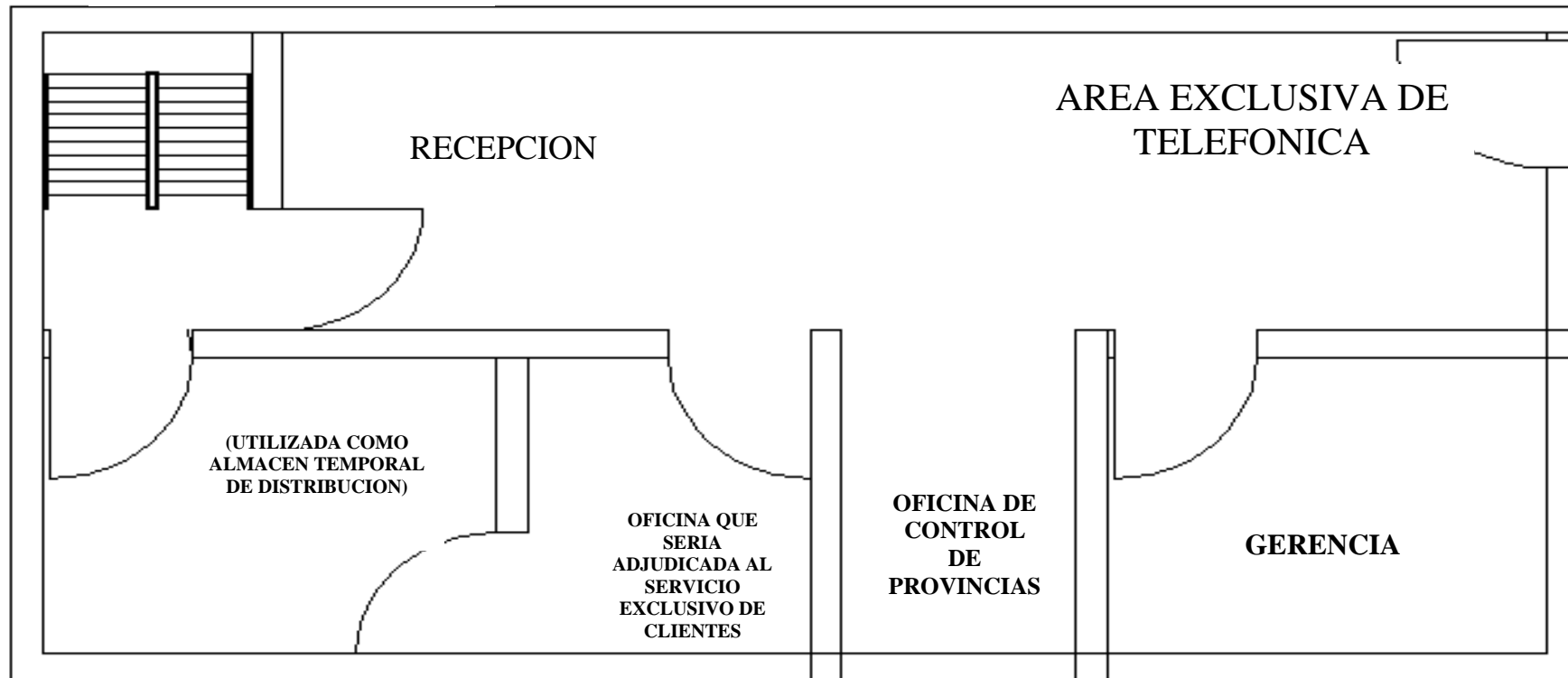
[http://www.usmp.edu.pe/facarrhh/primer_congreso_ippeu_boletin/ppts/
Carlos_Quinteros.pdf](http://www.usmp.edu.pe/facarrhh/primer_congreso_ippeu_boletin/ppts/Carlos_Quinteros.pdf).

- Seace (2011) “Sistema electrónico de Contrataciones del Estado”

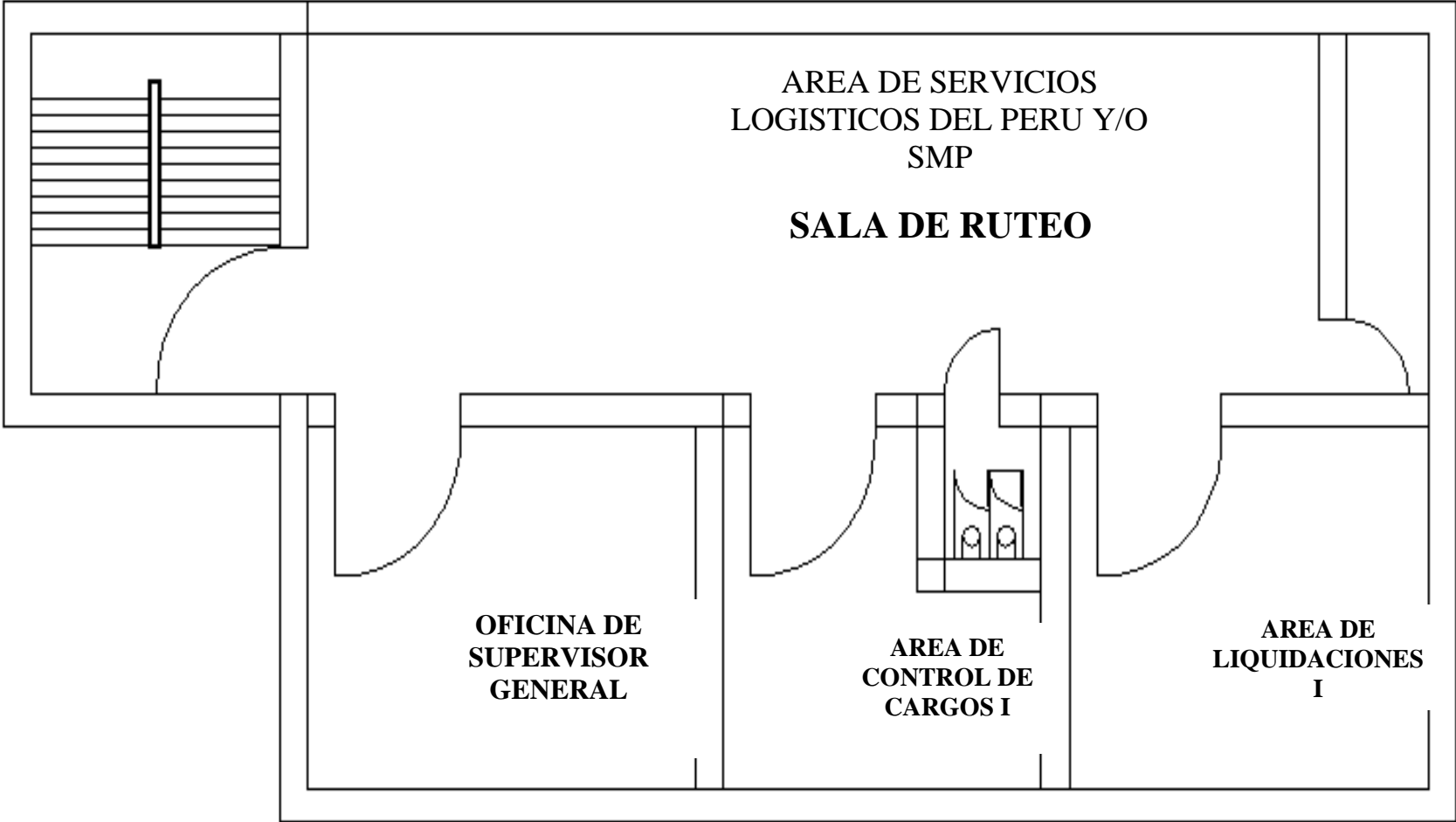
Anexo 1 Plano de distribución de ambientes



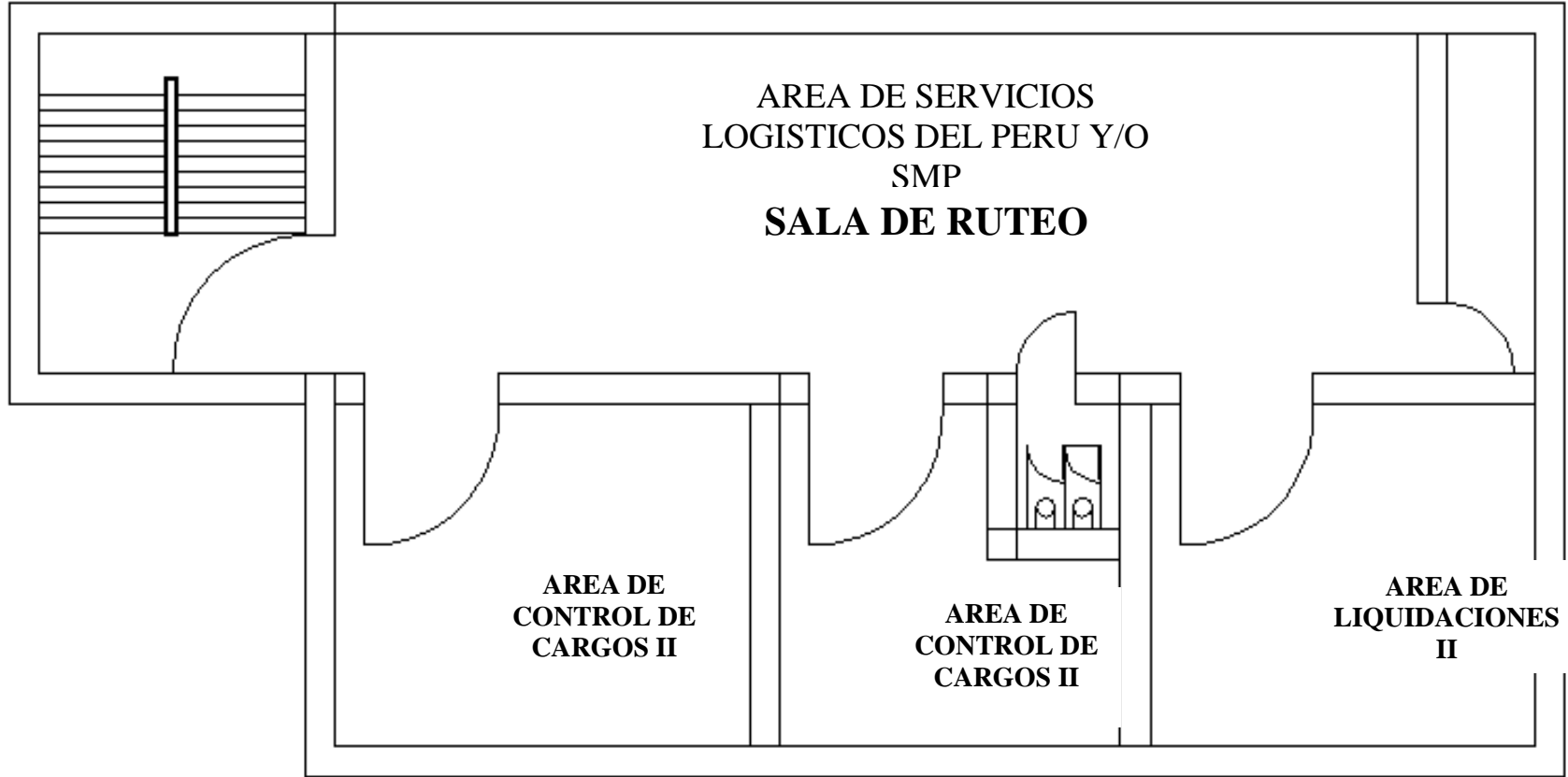
1 PISO



2 PISO



3 PISO



4° PISO (AZOTEA)

