



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Gestión Logística y su efecto en la Rentabilidad de la Empresa Interamericana

Trujillo S.A. Año 2016

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA

Corcuera Aguilar, Karla Luciana

ASESORES:

Dra. Calvanapón Alva, Flor Alicia

Mg. Alcántara Mesías Enrique Erickson

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Administración de Operaciones

TRUJILLO – PERÚ

2016

Página del Jurado

Dra. Flor Alicia Calvanapón Alva

Presidente

Mg. Luz Alicia Baltodano Nontol

Secretario

Mg. Miguel Elías Pinglo Bazán

Vocal

Dedicatoria

A Dios por qué está presente en cada
meta trazada y poder culminar
este trabajo de investigación.

A mi madre Natividad Aguilar,
por su apoyo incondicional y hacer
de este sueño realidad, con el amor,
sabios consejos, paciencia y confianza,
a lo largo de mi carrera.

Mi éxito es el de ella.

Agradecimiento

A Interamericana Trujillo SA
por haberme permitido tener
acceso a su personal e información,
y todos los que contribuyeron
que este estudio sea posible.

A mi hermana Ingrid Zavaleta, por su
constante apoyo y motivación que me
permitieron culminar con éxito la
presente investigación.

Al Ing. César Arispe, por su apoyo
en esta etapa y su comprensión
en este proceso.

Declaratoria de Autenticidad

Yo, Karla Luciana Corcuera Aguilar con DNI N° 45537551, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Asimismo autorizo a la Universidad César Vallejo publicar la presente investigación si lo cree conveniente.

Trujillo, diciembre de 2016



Karla Luciana Corcuera Aguilar.

DNI N° 45537551

Presentación

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la tesis Titulada “Gestión Logística y su efecto Rentabilidad de la Empresa Interamericana Trujillo SA Año 2016”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Administración.

La autora.

Índice

DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	v
PRESENTACION.....	vi
INDICE.....	vii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
I. INTRODUCCION.....	1
1.1 REALIDAD PROBLEMÁTICA.....	1
1.2 TRABAJOS PREVIOS.....	3
1.2.1 INTERNACIONALES.....	3
1.2.2 NACIONALES.....	4
1.3 TEORIAS RELACIONADAS AL TEMA.....	5
1.4 FORMULACION DEL PROBLEMA.....	14
1.5 JUSTIFICACION DEL ESTUDIO.....	14
1.6 HIPOTESIS.....	15
1.7 OBJETIVOS.....	15
1.7.1 GENERAL.....	15
1.7.2 ESPECIFICOS.....	15
II. METODO.....	16
2.1 TIPO DE INVESTIGACION.....	17
2.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACION.....	17
2.3 VARIABLES, OPERACIONALIZACION.....	18
2.4 POBLACION Y MUESTRA.....	19

2.5 TECNICAS E INSTRUMENTO.....	19
2.6 METODO DE ANALISIS DE DATOS.....	19
2.7 ASPECTOS ETICOS.....	19
III. RESULTADOS.....	20
IV. DISCUSION.....	38
V. CONCLUSIONES.....	42
VI RECOMENDACIONES.....	44
VII.PROPUESTA.....	43
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	46
IX. ANEXOS.....	50

Resumen

El propósito principal del presente trabajo es evaluar el efecto de la Gestión Logística en la Rentabilidad de la empresa Interamericana Trujillo SA, ubicada en Trujillo, la investigación se realizó aplicando un diseño no experimental- transversal; asimismo se empleó como muestra los estados financieros de los periodos 2015 y 2016 que permitieron analizar la situación rentable de la empresa, a través de ratios para ayudar a comprender los datos obtenidos, el cual se presentará en tablas y figuras, en un resumen entendible para analizar el margen con mayor porcentaje y ver el efecto de la gestión logística, a través de los costos. Llegando a la conclusión que el proceso actual logístico tiene una impresión en la rentabilidad de la empresa con un 93% de utilidad atribuible a la logística.

Palabras clave: gestión logística y rentabilidad.

Abstract

The main purpose of this paper is to evaluate the effect of Logistics Management on the profitability of the company Interamericana Trujillo SA, located in Trujillo, the research was carried out applying a non-experimental-transversal design; The financial statements of the years 2015 and 2016 were also used as a sample, which allowed analyzing the company's profitable situation, through ratios to help understand the data obtained, which will be presented in tables and figures, in an understandable summary for Analyze the margin with the highest percentage and see the effect of logistics management, through costs. Concluding that the current logistics process has an impression on the profitability of the company with a 93% profit attributable to logistics.

Keywords: logistics management and profitability

INTRODUCCIÓN

I. Introducción

1.1 Realidad problemática.

Hoy en día cuidar los activos de la empresa es fundamental, para ganar tiempo y ahorrar costos, con la gestión adecuada de ello se puede lograr grandes beneficios, es decir, mayor utilidad durante el periodo.

Con los avances tecnológicos y las nuevas tendencias las organizaciones se han ido adaptado para sacar el mayor provecho a través del mejoramiento de sus procesos, alta productividad y una mejora continua para ser más eficientes y así lograr mayores ingresos y rentabilidad.

Dentro de los sectores económicos que más variación tiene cada año por la tecnología, globalización y las tendencias de consumidores es el automotriz, ya que tiene que renovar sus diseños entre otras características para que haga únicos a cada marca, según la Asociación de Representantes Automotrices del Perú (ARAPER, 2016), el sector automovilístico en lo que va del año ha crecido 4,95% a nivel de La Libertad, a pesar del decrecimiento del mercado automotriz de 5,12% a nivel de Perú (¶. 1), esto nos indica que hay un fuerte poder adquisitivo en la región y los consumidores están siendo asiduos a la compra de vehículos, ya sea para uso doméstico o con fines de crear negocio.

Las tiendas de autos o mejor dicho concesionarios, tratan de diferenciarse con las marcas que venden y los servicios que ofrecen a sus consumidores finales, para ello necesitan una serie de procesos y estándares.

Una parte se refleja en la gestión logística, la cual constituye los procesos que se establecen mediante la cadena de suministros que incluye desde el inicio, es decir desde la compra de la materia prima, transporte, almacenamiento y distribución hasta llegar al consumidor final, esto permite un mejor control de sus inventarios y un stock suficiente y eficiente para afrontar futuras emergencias y evitar una demanda insatisfecha por parte de sus clientes. De ello depende manejar los costos a menor precio y sea tentativo para el consumidor final.

Para ello se deben prever cantidades óptimas de inventarios (unidades), para su presente y futuro, debiendo evitar conflictos con sus clientes por falta de productos,

y esto conlleva a la distribución adecuada de los productos, para su mantenimiento y adecuado cuidado dentro de la empresa, el cual influye en la rentabilidad.

Esto conlleva querer obtener rentabilidad de la gestión logística, la cual proviene de la relación que existe entre el beneficio de una operación y la inversión que se ha hecho por ello, la cual permite tener una utilidad o ganancia. Si se realiza una buena gestión y se ahorra los costos necesarios, mayor es la posibilidad de tener ganancias.

La rentabilidad se asocia con la parte económica y financiera, según Oriol (2005), que indica “en la primera está compuesta por la utilidad antes de impuestos y los activos, cuanto más elevado sea el rendimiento, indicará que se obtiene más productividad del activo, en la segunda por la utilidad neta y los capitales propios la cual mide el beneficio neto generado en relación a la inversión de los accionistas de la empresa” (p.33).

Todo esto se relaciona con los costos e ingresos que se generara con una buena gestión logística, y cuan rentable resulta manejar cantidades óptimas para aumentar los ingresos en la empresa.

En la actualidad la empresa Interamericana Trujillo SA (Interamericana), un concesionario de vehículos del departamento de La Libertad con más de 10 años en el sector del rubro automovilístico, que con el tiempo ha ido creciendo con mayor demanda con sus marcas representativas kia, Mitsubishi, Fiat, Chery, las cuales buscan satisfacer la necesidad de movilizarse del consumidor liberteño con los diferentes modelos, precios y marcas que ofrecen.

El incremento de la demanda de unidades vehiculares en la ciudad de Trujillo ha crecido y este concesionario no es ajeno a ello, es decir si en un principio tenían un monto mínimo de unidades en stock para responder ante la demanda de sus consumidores; pues ahora ha crecido generando mayor necesidad de contar con más unidades de vehículos para poder responder al requerimiento de sus clientes.

En este proceso de gestión logística hay varios factores que influyen como es la adquisición del producto, la cantidad óptima para solicitar al distribuidor, el tiempo en que este se demora en enviar el lote, los costos que genera realizar el pedido entre otros gastos indirectos, en lo cual incurre la empresa.

En este proceso tedioso de la gestión logística y los costos en los cuales se incurre, se necesita analizar para contrastar la realidad actual y ver si ha incrementado o disminuido la rentabilidad.

1.2 Trabajos Previos

1.2.1 Internacionales.

(Hurtado & Muñoz, 2011), “Plan de mejoramiento y análisis de la gestión logística del almacenamiento en la organización Herval Ltda”. En su investigación de tipo descriptiva, concluye:

El plan de mejoramiento es un aspecto clave para la empresa, ya que le permitirá tener un mayor control del proceso logístico, además le permite tener un orden, codificación y clasificación de cada artículo como también le permitirá una distribución eficiente del espacio que le permite reducir tiempos y costos de modo que todo lo anterior, se ve reflejado en el servicio oportuno que se le brinda a los clientes de la empresa Herval (Hurtado & Muñoz, 2011, p. 64).

(Zapata, 2014), “Diseño de un sistema de control MRP para el operador logístico Ransa en el departamento de almacenes – gye”. En su investigación de tipo descriptiva concluye que “El correcto manejo de indicadores permite monitorear sus actividades para optimizar el uso de sus recursos y con ello se creó una proyección de demanda en servicios logísticos para el desarrollo de la propuesta de implantación del MRP” (p. 134).

(Espín, 2014), “Gestión logística de inventarios y su rentabilidad en la farmacia popular nº1 de la ciudad de Ambato”. En su averiguación de tipo descriptiva concluye que “La logística del control de inventarios, permitirá mejorar la atención al público y por ende incrementar las ventas, también mejorará la rotación de medicamentos y productos evitando la caducidad” (p. 58).

(Ortiz, Valdés & Arias, 2013), “Desempeño logístico y rentabilidad económica. Fundamentos teóricos y resultados prácticos”. En su investigación de tipo explicativa concluyo que:

Una gestión ineficiente en los inventarios constituye un freno para la conversión en dinero líquido del capital circulante y, por ende, interrumpe el ciclo de dinero o de operaciones de la empresa, lo que afecta la

reproducción de esta. Para ello se requiere mantener un nivel mínimo de capital circulante que no deteriore la rentabilidad de la organización y, a su vez, facilite la fluidez de las operaciones. Una adecuada gestión de los inventarios disminuye, por una parte, la cantidad de capital inmovilizado y, por tanto, la magnitud de capital circulante; y, por otra, en última instancia, incrementa el nivel de beneficio que obtiene la empresa al disminuir los costos asociados a los sistemas de inventario (p. 191).

1.2.2 Nacionales.

(Flores, 2014), “La gestión logística y su influencia en la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en lima metropolitana”. En su búsqueda de tipo aplicada, concluye “La gestión de compras y abastecimiento en un porcentaje razonable, es deficiente porque no logran identificar básicamente los procesos y recurren a la improvisación ocasionando que los usuarios reporten requerimientos innecesarios, sin sustento influyendo negativamente en la rentabilidad económica” (Flores, 2014, p. 99).

(Palpa & Orihuela, 2014), “Propuesta de un modelo integral de gestión logística aplicado a una asociación de mypes del sector metalmecánico de villa el salvador con la finalidad de lograr la mejora de la productividad de las mismas y aprovechar las oportunidades que ofrece el entorno para el comercio exterior”. En su investigación de tipo descriptiva, concluyo:

Los distintos procedimientos presentados durante el desarrollo del modelo de gestión logística tienen como finalidad guiar las actividades que se lleven al afrontar un pedido de gran magnitud. Dichos procedimientos contemplan el hecho de que la asociación no se encuentra al nivel de una empresa de gran magnitud con un nivel de organización alto, por ello resulta necesario limitar el planteamiento de indicadores a los necesarios así como limitar el número de personal a ser contratado a fin de asegurar el desarrollo de los procesos de la mejor forma posible (Palpa & Orihuela, 2014, p. 290).

(Arrieta, 2012), “Propuesta de mejora en un operador logístico: análisis, evaluación y mejora de los flujos logísticos de su centro de distribución.” En su búsqueda de tipo descriptiva, concluye “La realización de mejoras en los

procesos, flujos logísticos de la empresa en estudio representó una gran oportunidad para optimizar el nivel de servicio brindado a sus clientes y al mismo tiempo le permitió la reducción de sus costos operativos” (Arrieta, 2012, p. 98).

1.3 Teorías relacionadas al tema

1.3.1 Gestión Logística.

Para saber cómo se desarrolla la gestión logística empezaremos con el término de logística para ello Lobato y Villagrà (2013) menciona que “La logística es el conjunto de técnicas y medios destinados a gestionar el flujo de materiales y de información, coordinando recursos y demanda, para asegurar un nivel determinado de servicio al menor coste posible” (p. 143).

Por otra parte según la Asociación Española para la Calidad (AEC), (2016), nos dice que “Se puede definir la gestión de la logística como la gestión del flujo de materias primas, productos, servicios e información a lo largo de toda la cadena de suministro de un producto o servicio” (¶. 1). Al respecto, Valencia (2013) dice,

La gestión integrada de la logística es el conjunto de procesos que ocupan a todos los componentes que intervienen en el proceso global y que van desde la obtención del producto, hasta la adquisición por parte del consumidor, así como los flujos físicos de mercancías y los flujos de información que, en diversos sentidos, existen entre los diferentes componentes del sistema (¶. 12).

En este sentido, El Consejo de la Logística [CLM] (2004), citado por Ballou (2004), escribió que,

La Logística es la parte del proceso de la cadena de suministros que planea, lleva a cabo y controla el flujo y almacenamiento eficientes y efectivos de bienes y servicios, así como de la información relacionada, desde el punto de origen hasta el punto de consumo, con el fin de satisfacer los requerimientos de los clientes (p. 4).

Es decir que la gestión logística es la base para que las empresas pueden tener sus productos a tiempo mediante el desarrollo de la cadena de suministro, que conlleva a una serie de procesos para su mejor desarrollo.

1.3.2 Funciones.

Hablar de logística, se entiende una serie de procesos y funciones para ello, (Lobato & Villagrà, 2013, p. 144) nos dice que la logística tiene las siguientes funciones:

 rea de aprovisionamiento

Gestión de Pedidos: Tareas propias del aprovisionamiento que comprenden el proceso de compra industrial:

Especificación de necesidades.

Búsqueda de proveedores.

Determinación de las mercancías necesarias

Realización del pedido.

Recepción de la mercancía.

Gestión de Stocks: Determinación de los niveles de stocks adecuados para el funcionamiento de la empresa con el mínimo coste posible, que lleva a determinar la cuantificación y periodicidad de los pedidos (párr. 1).

 rea logística interna

Almacenaje: Ubicación, conservación y manipulación de las mercancías mientras permanecen en la empresa.

Control de Inventarios: Control y valoración de las existencias de mercancías en los almacenes en cada momento (párr. 2)

 rea logística externa

Expedición de mercancías: Preparación de los pedidos de clientes, incluyendo el embalaje de los productos y el etiquetado.

Transporte: Traslado de la mercancía desde el almacén hasta el punto de destino en condiciones óptimas, tanto de tiempo y forma como de rentabilidad.

Atención al cliente: Desarrollo del sistema de logística comercial en función a las necesidades del cliente. (Lobato & Villagrà, 2013, p. 144)

1.3.3 Cadena de Suministro.

Con respecto a la cadena de suministro, Ballou (2004) dice que,

La administración de la cadena de suministros (SCM) abarca todas las actividades relacionadas con el flujo y transformación de bienes, desde la etapa de materia prima (extracción) hasta el usuario final, así como los flujos de información relacionados. Los materiales y la información fluyen en sentido ascendente y descendente en la cadena de suministros (p. 5).

Por otra parte Sánchez (2008) nos argumenta lo siguiente,

Nos estamos refiriendo a la unión de todas las empresas que participan en la producción, manipulación, distribución, almacenamiento y comercialización de un producto y sus componentes; es decir integra todas las empresas que hacen posible que un producto salga al mercado en un momento determinado. Esto incluye proveedores de materias primas, fabricantes, distribuidores, transportistas y detallistas (p. 12).

Cabe decir que la gestión logística está inmersa en el desarrollo y mejoramiento de la cadena de suministros, ya que aboca paso a paso todos los movimientos de un producto, para facilitar la obtención del bien y si ello se realiza con eficiencia se obtiene mayores ganancias

1.3.4 Las fases de la gestión logística.

En las empresas, se tiene etapas como parte de la cadena de suministros, para ello la Cámara de Medellín [cámaramedellín] (2016), nos dice que “la gestión logística en las empresas, se encarga de administrar la cadena de suministro para facilitar el flujo de mercancías. Esta gestión pasa cinco etapas que buscan lograr efectividad en el intercambio comercial con las mejores utilidades” (¶ 2). Se tiene lo siguiente según Marcano y París (2016) hace mención:

Aprovisionamiento. Es la etapa de abastecimiento de materias primas y elementos necesarios para que la empresa desarrolle su producto o servicio. En esta etapa se encuentra la creación de relaciones con los proveedores, los estudios de mercado para identificar la demanda, la previsión de la producción y la gestión del inventario (p. 2).

Producción. Es la transformación de las materias primas en un producto final que será vendido a los clientes. En la producción se definen las ventajas competitivas del producto y se busca responder satisfactoriamente a las necesidades del mercado (p. 2).

Almacenamiento. La empresa organiza y clasifica sus productos al tiempo que regula la rotación de los mismos. En esta etapa se busca la máxima utilización del espacio al menor costo. Para evitar este gasto la empresa puede implementar el Cross-docking o distribución directa, que prescinde del almacenaje (p. 2).

Transporte y distribución. Es la entrega del producto al cliente o consumidor en los tiempos establecidos y con el mejor rendimiento relacionado con los costos de operación. En esta etapa es fundamental elegir el medio de transporte más adecuado para la movilización y distribución de la mercancía, así como delimitar el área de cubrimiento (p. 3).

Servicio al cliente. La logística no se limita a la entrega oportuna del producto en su lugar de destino. La gestión logística también incluye responder a las exigencias del mercado por medio de estrategias que ofrezcan un valor diferenciado y que ayuden a la fidelización de los clientes (p. 3).

En otras palabras el conjunto de estas 5 etapas hace que las empresas midan sus inventarios para mantener un mejor control de ello, y así no generar stocks demás y ajustar sus costos de acuerdo a su demanda.

1.3.5 Objetivo.

Por otra parte Lobato y Villagrà (2013, p. 78), nos dice que “del análisis del concepto de logística y de sus funciones se deduce que su objetivo general es responder a las necesidades de la distribución interna y externa con eficiencia”, dándonos los siguientes objetivos:

Aprovisionamiento

Determinar los productos necesarios en función del proceso productivo o comercial.

Relacionarse con los proveedores.

Establecer las cantidades precisas de mercancías en cada momento basándose en criterios de rentabilidad

Logística Interna

Determinar los recursos humanos y materiales precisos.

Gestionar el almacén con criterios de eficiencia.

Controlar la ubicación y el estado de las mercancías.

Valorar las mercancías utilizando el método más adecuado a cada situación.

Logística Externa

Priorizar las necesidades de los clientes.

Adaptarse de forma dinámica a la situación de constante cambio del mercado.

Distribuir las mercancías en la forma y el tiempo óptimos con el menor coste posible. (Lobato & Villagrà, 2013, p. 78)

1.3.6 Indicadores Logísticos.

Los indicadores son necesarios para poder mejorar los procesos logísticos, para ello Mora (2011) menciona que

Son relaciones de datos numéricos y cuantitativos aplicados a la gestión logística que permite evaluar el desempeño y el resultado en cada proceso. Incluyen los procesos de recepción, almacenamiento, inventarios, despachos, distribución, entregas, facturación y los flujos de información entre los socios de negocios. Es indispensable que toda empresa desarrolle habilidades alrededor del manejo de los indicadores de gestión logística, con el fin de poder utilizar la información resultante de manera oportuna (p. 31).

Desde esa perspectiva de resultados, (Mora, 2011, p. 36) dice que a partir de estas guías de gestión se tiene a los estados contables (Estados Financieros)

En los estados financieros de las organizaciones se visualizan bien los costos de indicadores logísticos y operativos, los cuales deben ser identificados en forma separada y con base en la mejores prácticas y seleccionando los más importantes, y de alto impacto en sus resultados de las empresas (p.36).

Es importante anotar que se debe identificar, calcular e implementar indicadores de gestión logísticos más detallados de los procesos con el fin de conocer la gestión y comportamiento de actividades dado que los estados de pérdidas y ganancias dan información macro y no reflejan realmente lo que está sucediendo al interior de cada proceso logístico en lo

relacionado con la eficiencia, productividad y la optimización de los recursos asignados (p. 36).

Aparte de ello nos dice sobre la matriz logística de los indicadores de gestión, donde se constituye una tabla de procesos logísticos claves de desempeño y se les asignan los indicadores de gestión más enfocados y relevantes de su operación logística y clasificados por el tipo de indicador que se desea medir para tomar no solo correctivos a nivel interno sino como compararse con las mejores prácticas de cada sector para conocer la brecha logística que existe en su mercado competitivo y así tomar medidas correctivas de mejoramiento continuo (Mora, 2011, p. 36)

Se detalla de la siguiente manera como dice Mora (2011)

Ingresos- Costos de productos vendidos (compras y producción) - Gastos de ventas y administración (costos logísticos) Procesamiento de pedidos, transporte, bodegaje, inventarios, embalajes, otros= Margen Operacional- Gastos financieros =Utilidad Neta (Mora, 2011, p. 37).

Ingresos- Costos logísticos= Utilidad Atribuible a la Logística (Mora, 2011, p. 37)

Mediante estos indicadores relacionamos la gestión logística y la rentabilidad de la empresa, ya que se aprecia cómo están relacionados factores mediante estos indicadores para poder ejercer una buena toma de decisiones.

1.3.7 Rentabilidad

1.3.7.1 Definición.

En la rentabilidad es la que busca el beneficio de una organización con fines de lucro para ello Fernández (2016) dice que,

La rentabilidad es el beneficio renta expresado en términos relativos o porcentuales respecto a alguna otra magnitud económica como el capital total invertido o los fondos propios. Frente a los conceptos de renta o beneficio que se expresan en términos absolutos, esto es, en unidades monetarias, el de rentabilidad se expresa en términos porcentuales. Se puede diferenciar entre rentabilidad económica y rentabilidad financiera (¶. 1).

Buscando beneficio de utilidad y rentabilidad Sánchez (2002) menciona:

Rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. En la literatura económica, aunque el término rentabilidad se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea a priori o a posteriori (p. 2).

Por otra parte otro factor que es influyente en la rentabilidad de las empresas es el tipo de cambio para ello el Banco Continental [BBVA] nos dice que “el tipo de cambio es la tasa que marca, relación entre valor de dos divisas, o dicho de un modo más prosaico, que cantidad de una divisa determinada necesitaríamos para comprar, o lo mismo, cuanto nos darían por vender” (¶. 1).

En otras palabras con un análisis simple se puede ver cuán rentable es una empresa de otra y de acuerdo a los datos que se toman para medir, se puede mejorar internamente y elevar el porcentaje en caso sea bajo.

1.3.7.2 *Rentabilidad bruta.*

Siguiendo con la rentabilidad tenemos el margen bruto, para ello Cardenal (2014) menciona que

Es la ganancia de la compañía luego de pagar el costo de la mercadería vendida, como todos los márgenes de rentabilidad, habitualmente es expresado como porcentaje sobre las ventas. Este dato se calcula: $Ventas - Costo de la Mercadería Vendida = Resultado Bruto$. O sea, $Margen Bruto = Resultado Bruto / Ventas$ (párr. 3).

Un análisis de este indicador puede ser muy esclarecedor, sobre todo en base a la información que revela sobre la política comercial de la empresa o la dinámica de la industria. Cuando se observa un crecimiento de ventas atractivo, pero acompañado de una caída en el margen bruto, se

trata habitualmente de una indicación de que la compañía está incrementando las ventas mediante rebajas de precios (párr. 4).

En contrastación con ello, la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), (2002) dice que,

Muestra el porcentaje de las ventas netas que permiten a las empresas cubrir sus gastos operativos y financieros, es importante tener en cuenta que el costo de la mercancía vendida en las empresas comerciales se calcula según el sistema de inventarios que utilice, en cambio en las industriales o de manufactura está dado por el estado de costo de producto vendido; razón por la cual es posible que un valor que es bueno en una empresa comercial puede no serlo en una empresa industrial, considerando en éstas la alta inversión en activos fijos lo cual afecta las utilidades del periodo vía depreciaciones, así no afecte su flujo de efectivo (UNAD, 2003, ¶. 3).

Aparte Díez (2010) menciona que la rentabilidad bruta se obtiene de una diferencia y lo define de la siguiente manera:

Es el margen obtenido por la diferencia entre el precio de venta del producto/servicio y su coste. Es el beneficio que reporta la actividad básica de la empresa. El margen bruto, por tanto, mide la rentabilidad derivada de la venta del servicio/producto (p. 14)

Es decir que con ello se ve la eficiencia de las empresas, con perspectivas para el futuro y mejora de los costos invertidos y un análisis exhaustivo para mejorar y generar mayor margen de ganancia y menores costos.

1.3.7.3 Rentabilidad Operacional.

Por otra parte tenemos la rentabilidad operacional y para la UNAD (2002), nos dice que,

El margen de rentabilidad operacional muestra al realidad económica de un negocio, es decir sirve para determinar realmente si el negocio es lucrativo o no independiente de cómo ha sido financiado, es decir sin considerar el costo, si lo tiene, de sus pasivos, lo anterior se sustenta en el hecho de que se compara la utilidad neta, depurada con

gastos operativos, en relación las ventas netas; podría decirse que es la parte de las ventas netas que queda a disposición de los dueños para cubrir el costo financiero de la deuda, si existe, y obtener sus ganancias (¶. 4).

En contrastación con ello Entrepreneur (2010) menciona que,

Es la relación entre la utilidad operacional y las ventas totales (ingresos operacionales). Mide el rendimiento de los activos operacionales de la empresa en el desarrollo de su objeto social. Este indicador debe compararse con el costo ponderado de capital a la hora de evaluar la verdadera rentabilidad de la empresa (párr. 7)

Cabe decir que puede ofrecer mucha información para el control y la toma de decisiones, debido a que intervienen todos los costos que se realizan por manejar la mercadería.

1.3.7.4 Rentabilidad Neta.

Para finalizar con la rentabilidad tenemos la neta y para ello la UNAD, (2002), dice que,

Este margen muestra la parte de las ventas netas que estaría a disposición de los propietarios, comparada con la anterior es importante observar que aquí ya la utilidad ha sido afectado por gastos financieros y por los impuestos (¶. 5).

En contrastación con ello Díez (2010) menciona que,

El beneficio neto se usa o bien para remunerar a los accionistas mediante dividendos o bien para aumentar las reservas (que en la práctica sería como reinvertir los beneficios en la propia empresa). Cabe mencionar aquí que algunas empresas anuncian ampliaciones de capital liberadas (es decir, acciones gratis) como sustituto del dividendo, pero la maniobra es irrelevante puesto que no cambia el valor patrimonial de la empresa, sólo divide el mismo valor entre más acciones. Para el accionista, no es más que una ilusión óptica (p. 15).

Siguiendo con ello Entrepreneur (2010) menciona que,

Es la relación entre la utilidad neta y las ventas totales (ingresos operacionales). Es la primera fuente de rentabilidad en los negocios y de

ella depende la rentabilidad sobre los activos y sobre el patrimonio. Este índice mide el rendimiento de ingresos operacionales (párr. 1).

Y para terminar Noriega (2016) sustenta que,

Margen neto se define como: todas las fuentes de ingresos menos el costo de los fondos y gastos operativos. El margen neto nos da una imagen más completa que el margen de interés neto, que mide todos los intereses producidos y cobrados por préstamos e inversiones menos el costo de los fondos. La diferencia principal entre los dos conceptos es que en el cálculo del margen neto se incluyen otras fuentes de ingresos y gastos operativos, de manera que se computa un diferencial neto entre los activos y los pasivos (p. 32).

En efecto es una herramienta que ofrece una imagen de lo que está cubriendo la empresa, sus costos de fondos y gastos operativos con sus ganancias en relación de sus activos.

1.4 Formulación del Problema.

¿Cuál es el efecto de la gestión logística en la rentabilidad de Interamericana Trujillo S.A. año 2016?

1.5 Justificación del Estudio.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010, pp. 40-41) esta investigación se basa en las siguientes justificaciones:

- **Conveniencia.** Por la presunción que ejecuta dentro de la gestión logística en la empresa para proveer cada uno de las áreas para que puedan desenvolver sus funciones operarias, cumpliendo el objetivo de la empresa.
- **Relevancia Social.** es indispensable para aumentar la eficacia en sus procedimientos, disminuir sus gastos, mejorando la atención al público, el almacenamiento; beneficiándose el cliente y la empresa con la disminución de los costes.
- **Implicaciones prácticas.** ayudará a la gestión de las transacciones a facilitar la cantidad adecuada, para gestionar con su proveedor y analizar

puntos básicos de la gestión logística y lograr una mejor eficiencia en el proceso.

- **Valor Teórico.** se considera útil para los profesionales, donde laboren ya sea en la parte logística de las empresas de sector automovilístico, u otros sectores, para analizar en el trabajo, aplicando estrategias y acciones para mejorar el entorno económico de la organización.
- **Utilidad Metodológica.** se analizará la gestión logística actual de vehículos, lo cual se definirá si contribuye o resta a la rentabilidad de Interamericana, además si hay una relación conjunta que afecte a la eficiencia actual, para la cual realizaremos un análisis para ver los parámetros que intervienen en los inventarios y el manejo actual de la administración de ventas.

1.6 Hipótesis

La gestión logística tiene un efecto positivo en la rentabilidad de Interamericana Trujillo SA en el año 2016.

1.7 Objetivos

1.7.1 General.

Analizar el efecto de la gestión logística en la rentabilidad de la empresa Interamericana Trujillo SA año 2016.

1.7.2 Específicos.

- a) Analizar la gestión logística actual de la empresa Interamericana Trujillo S.A. Año 2016.
- b) Evaluar la rentabilidad de la empresa Interamericana Trujillo SA. Año 2016.
- c) Propuesta de mejora para la gestión logística de Interamericana Trujillo SA. Año 2016

MÉTODO

II. Método

2.1 Tipo de investigación.

La investigación es descriptiva ya que se obtuvo los datos de una muestra determinada y no se hará ningún cambio, los cuales ayudarán al diagnóstico de la situación actual de la empresa.

2.2 Diseño de la Investigación.

Es una Investigación de diseño no experimental porque se limitó a describir las variables tal cual se dan en su contexto de corte transversal, porque se midió en un solo momento.

2.3 Variables, Operacionalización

Tabla 2.3

Operacionalización de Variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Gestión Logística	"Se puede definir la gestión de la logística como la gestión del flujo de materias primas, productos, servicios e información a lo largo de toda la cadena de suministro de un producto o servicio" Según la Asociación Española para la Calidad (AEC), (2016) (¶. 1).	La Variable Gestión Logística está asociado al Aprovevisionamiento, producción, almacenamiento, transporte-distribución y servicio al cliente	Aprovevisionamiento	Perfil competitivo de proveedores Demanda actual	Nominal
		se midió a través de análisis documental	Producción	Cantidad de pedidos Tiempo de entrega de producto	Nominal
		Estados financieros y data que brinde la empresa	Almacenamiento	Rotación de Inventarios Gastos incurridos en inventarios.	Nominal
			Transporte y Distribución	Costo de entrega de unidades	Nominal
			Servicio al cliente	Costo de valor agregado	Nominal
Rentabilidad	"La rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados" Sánchez (2002. p.2)	Está variable de Rentabilidad, está asociada con la parte bruta, operativa y neta de la empresa.	Bruta	Ventas Costo de Ventas	Ordinal
		Se midió a través de análisis documental de los estados financieros.	Operativa	Utilidad Bruta Ventas	Ordinal
			Neta	Utilidad Operacional Ventas	Ordinal

Nota: Cada indicador tiene su escala de medición la cual ayudará a entender mejor cada objetivo.

2.4 Población y Muestra.

2.4.1 Población. Empresa Interamericana Trujillo S.A.

2.4.2 Muestra. Empresa Interamericana Trujillo S.A. Año 2016.

2.4.3 Criterios de inclusión y exclusión.

Criterios de Inclusión: Se considerará al área de vehículos que es la que más rotación e incidencia tiene en la gestión logística.

2.5 Técnicas e Instrumento

Tabla 3.2

Instrumento a utilizar

<i>Técnicas</i>	<i>Instrumentos</i>
<i>Análisis documentario</i>	<i>Ficha documentaria</i>

2.6 Método de análisis de datos

Se describe la información de forma cuantitativa donde se recaudó la información sobre las peculiaridades del tema investigado.

2.7 Aspectos éticos

En esta investigación se tiene en cuenta los siguientes aspectos éticos: el respeto por la propiedad intelectual, la protección a la identidad de los participantes del presente estudio, la honestidad en el desarrollo del tema y en la obtención de información.

RESULTADOS

III.Resultados

3.1 Generalidades de la Empresa.

Razón Social: Interamericana Trujillo S.A

RUC: 20440376704

Dirección: Av. Nicolás de Piérola N°750- Urb. San Fernando.

Rubro: Venta de Vehículos automotores y Mantenimiento.

Interamericana Trujillo (interamericana, 2016) es una empresa familiar con más de 10 años de experiencia en el rubro automotriz, orgullosa de ser concesionario oficial KIA en todo el departamento de La Libertad y sus provincias, centrando sus operaciones en la capital del departamento, la ciudad de Trujillo (párr. 1).

Tiene una moderna infraestructura y equipamiento adecuado además considera que su personal es pieza clave para el éxito continuo, es por eso que cuenta con un programa de capacitación constante, sin dejar de tener en cuenta los avances tecnológicos para mantener los estándares que KIA requiere (párr. 3)

Cuenta con un amplio salón lounge para la espera de sus clientes, en la que pueden disfrutar de una bebida caliente, PC's con conexión a internet, TV Plasma 42" y servicio de wi-fi. (párr. 4)

Misión

Brindarle a las marcas que representamos el respaldo que necesitan para posicionarse en el mercado local, desempeñándonos como una organización efectiva y eficiente, ofreciéndole al cliente el vehículo más adecuado, así como el soporte y asesoramiento necesario para mantener segura su inversión (párr. 1)

Visión

Consolidarnos en el departamento de La Libertad como el mejor concesionario autorizado multimarcas, apoyados en el posicionamiento de las marcas que representamos (Interamericana, 2016, párr. 2).

3.2 Gestión logística actual de la empresa Interamericana Trujillo S.A. Año 2016.

La empresa posee actualmente dos proveedores que son los siguientes:

-Skberge Perú SA que le provee de las marcas: Kia, Fiat, MG, Chery (vehículos ligeros y comerciales) y Mitsubishi-Fuso (vehículos ligeros, comerciales y pesados)

- San Bartolome SA que le provee la siguiente la marca de Dong Feng (vehículos pesados)

Tabla 3.2

Perfil Competitivo de Proveedores

Criterio	Peso	Proveedor					
		Skberge	Calificación	Peso Ponderado	San Bartolomé	Calificación	Peso Ponderado
Reconocimiento de Marca	20%	Marcas con mayor reconocimiento	4	0,8	No tiene reconocimiento en el mercado local	2	0,4
Posicionamiento de Mercado	30%	Marcas con Mayor rotación en el mercado	3	0,9	Marca con menor rotación en el mercado	1	0,3
Tecnología	25%	Tecnología Sur Coreana(KIA) Japonesa (Mitsubishi-Fuso) Italiana(Fiat) Europea (MG) y Chery China	3	0,75	Tecnología China (Dong Feng)	2	0,5
Plazo de Entrega	5%	20 a 30 días	2	0,1	5 a 15 días	3	0,15
Calidad de Servicio	20%	Servicio Pre entrega, para segunda inspección	2	0,4	Servicio Pre entrega completa	3	0,6
Total	100%			2,95			1,95

Nota: Skbergé tiene mayor ventaja como proveedor a Interamericana Trujillo, ya que sus marcas son más reconocidas en el mercado tienen mayor rotación y una tecnología de punta, con respecto a San Bartolomé el único atributo que tiene es el tiempo de entrega y su calidad de servicio, pero su marca es poco conocida en el mercado y por ende su rotación es menor , ya que su línea son de vehículos pesados y lo que más rotación tiene en el mercado liberteño son los vehículos ligeros y comerciales, que son utilizados para taxis y uso doméstico.

La ventaja de tener a estos proveedores es que hace que la empresa sea concesionario exclusivo de las marcas en la ciudad Liberteña, es decir si desean adquirir un vehículo en el departamento de la Libertad, solo podrán hacerlo mediante Interamericana Trujillo, pero al mismo tiempo como proveedores únicos la empresa se ve en desventaja por que se atiene a la disponibilidad de mercadería y precios que estos les brinde ya que son los únicos importadores en el Perú.

Para determinar su **demanda actual** se detalla las ventas a julio 2016:

Tabla 3.3

Demanda de unidades

MES	Periodos en Unidades	
	2015	2016
Enero	145	189
Febrero	157	209
Marzo	177	229
Abril	158	246
Mayo	177	242
Junio	192	246
Julio	215	187
Total	1221	1548

Nota: Se presenta de manera detallada las ventas de enero a julio respectivamente, para cada periodo.

Se obtiene los siguientes resultados:

Tabla 3.3.1

Descripción del comportamiento de la demanda

Descripción	Periodo en unidades		
	2015	2016	Variación
Demanda total	1221	1548	327
Demanda mensual	174	221	47
Demanda Diaria	6	7	1

Nota: Para el periodo de Julio 2015 termino en una demanda de 1221 unidades y con respecto al periodo de Julio 2016 la demanda aumento en 327, terminando en 1548 unidades. Con una demanda promedio mensual de 174 unidades para el 2015 y 221 unidades para el 2016 y una **demanda diaria** de 6 unidades para el 2015 y de 7 para el 2016.

Tabla 3.3.2

Proyección de Demanda

Meses	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Demanda total
Unidades	191	212	230	249	246	248	187	234	227	217	209	205	2.654

Nota: Al finalizar el año terminará en 2.654 según proyección de la demanda quiere decir que con respecto al periodo anterior la demanda anual crecerá en 245 unidades.

Uno de los factores influyentes para el incremento de la demanda, es el aumento de poder adquisitivo en el Perú y todas sus regiones, otra parte favorable es el posicionamiento de las marcas que representa interamericana en la región La Libertad.

Tabla 3.4

Cantidad de pedidos

MES	Periodos en Unidades	
	2015	2016
Enero	195	253
Febrero	203	270
Marzo	153	199
Abril	162	253
Mayo	197	270
Junio	162	208
Julio	200	160
Total	1272	1613

Nota: Comportamiento de cantidad de pedidos periodos 2015 y 2016

Se obtiene los siguientes resultados:

Debido al incremento de sus ventas, la cantidad de unidades han tenido que aumentar para el año 2015 término con compras de 1272 y con el aumento de ventas para julio 2016 resulto con 1613 unidades. Con cantidades promedio mensual de pedido de 230 año 2016 y 182 año 2015

Para su gestión de stock tiene un inventario de seguridad promedio de 3.46% debido a que del 100% de unidades compradas se vende el 96.54% promedio, con respecto al año 2015 tenía un inventario de seguridad de 2.85%, con el aumento de la demanda para el presente año, la empresa se vio con la necesidad de aumentar su inventario para contar con más unidades disponibles para la venta.

Es importante saber el **tiempo de entrega** para ello se muestra la siguiente tabla

Tabla 3.4

Tiempo de Entrega producto

MES	Tiempo de entrega días	
	2015	2016
Enero	20	25
Febrero	22	28
Marzo	25	27
Abril	20	29
Mayo	28	29
Junio	26	29
Julio	24	28
Total	165	195

Nota: Comportamiento de entrega de días mensuales.

Se observa que con el aumento de la demanda los días de entrega han aumentado de un periodo a otro teniendo como promedio mensual de 24 días para el año 2015 y 28 días para el año 2016, para esto influye el tiempo de pago de cliente, el tiempo de trámite de placas y tarjeta, que el modelo solicitado este en stock para entrega inmediata.

Tenemos por otra parte la **rotación de inventarios**.

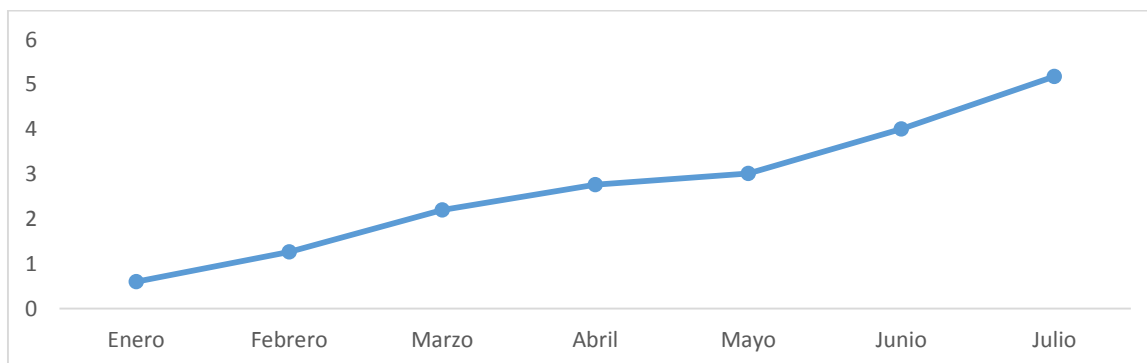
Tabla 3.5

Rotación de Inventarios

Mes	Información		
	Ventas Acumuladas (S.)	Inventario Promedio (S.)	Valor del Indicador (veces)
Enero	7,543,470	12,621,288	0.60
Febrero	17,645,112	13,936,843	1.27
Marzo	28,165,094	12,805,490	2.20
Abril	38,607,252	13,912,721	2.77
Mayo	49,048,601	16,243,035	3.02
Junio	60,980,545	15,214,323	4.01
Julio	71,862,518	13,870,856	5.18

Nota: En comparación con el periodo 2015 donde el capital invertido se recuperaba 3 veces para este año 2016 se recupera 5 veces es decir que para este periodo tiene mayor número de veces que se recupera el capital a través de las ventas.

Figura 3.5 Movimiento de Mercadería



Nota: Debido al crecimiento de las ventas ha logrado incrementar este indicado a 5 veces en comparación al año anterior donde solo se recuperaba el capital invertido en 3 veces. La liquidez de la empresa en relación al año anterior es más rentable ya que cuenta con más efectivo para realizar la compra de mercadería.

Para los **gastos de mantener los inventarios** se detalla:

Tabla 3.4

Gastos incurridos para inventarios

Detalle	Costo Total (S/)	Costo Total promedio
Mano de obra	2. 001. 164	7. 412
Alquiler	604. 208	2.238
Servicios Básicos	52. 233	193
Mantenimiento	108. 029	400
Total	2. 765. 634	10. 243

Nota: para el promedio de costos invertidos se utilizó la capacidad máxima de almacén según el jefe de almacén son 270 unidades que se puede Recepcionar y ubicar en óptimas condiciones.

Actualmente tiene un almacén con una capacidad máxima de 270 unidades, según el jefe de almacén, ocupando el mayor porcentaje la marca con más rotación Kia con 70%, Mitsubishi con 20% y 10% para las otras marcas de menor rotación en el mercado.

Para la expedición de mercadería los vehículos vienen pre listos para entrega se incurre en gastos para el mantenimiento hasta julio 2016 el monto es de S/ 16. 664 con horas promedio de trabajo de una hora media por vehículo.

Para el transporte y Distribución se genera los siguientes **costos de entrega de unidades.**

Tabla 3.5

Costo de entrega de unidades

MES	Periodos en Unidades	
	2015	2016
Enero	2.248	3.497
Febrero	2.434	3.867
Marzo	2.744	4.237
Abril	2.449	4.551
Mayo	2.744	4.477
Junio	2.976	4.551
Julio	3.333	3.460
Total	18.926	28.021

Nota: Para la distribución de unidades vehiculares se tiene un gasto hasta julio 2016 de S/. 28. 021, con respecto al año 2015 que tenía S/18.926, debido al incremento de ventas los costos para la entrega de unidades se ha incrementado.

Por otra parte los requerimientos se hacen la primera semana de cada mes mediante el forecast, toma de 5 a 30 días para que el producto llegue a almacén, dependiendo de cada distribuidor.

Para entregar una unidad a un cliente demora 15 días por trámites de placas y tarjeta. En el caso que el cliente solicite un vehículo que no está disponible en almacén espera 30 días, más los 15 días de trámites para entrega vehicular.

En el caso de **valor agregado** para cliente se detalla a continuación:

Tabla 3.5

Costo de valor agregado

Mes	Unidades Vendidas	Gasto total (S/.)
Enero	191	82. 483
Febrero	212	98. 298
Marzo	230	100. 831
Abril	249	97. 925
Mayo	246	111. 386
Junio	248	105. 944
Julio	187	110. 197
Total	1563	707. 064

Nota: Tiene un gasto promedio por unidad vendida a cliente de S/ 452.37, que incluye pisos, alarmas, sensores, inscripción vehicular, placas y publicidad.

Esto nos indica que trata de cubrir todos los eslabones de la cadena de suministro.

Actualmente con el incremento de las ventas, los costos y gastos de la gestión logística se han elevado en comparación al año anterior.

3.3 Rentabilidad de la empresa Interamericana Trujillo SA. Año 2016.

Para realizar la evaluación correspondiente, se hizo al corte del año, para lo cual la empresa facilito los estados financieros a julio 2015 y 2016.

Realizando el siguiente análisis:

Tabla. 3.11

Composición Actual de la Situación Financiera

Año 2015		Año 2016	
<i>Activo Corriente</i>	<i>Pasivo Corriente</i> S/. 25, 373, 850. 68 79.92%	<i>Activo Corriente</i>	<i>Pasivo Corriente</i> S/. 33,819, 418 79.34%
S/. 27,310, 539. 21 86.03%	<i>Pasivo no Corriente</i> S/. 959, 019.14 3.02%	S/. 37, 972, 541 89.09 %	<i>Pasivo no Corriente</i> S/. 592, 612 1.39%
<i>Activo No Corriente</i> S/. 4, 435, 486. 53 13.97%	<i>Patrimonio</i> S/. 5,414, 155. 92 17.05%	<i>Activo No Corriente</i> S/. 4, 659, 893 10,91%	<i>Patrimonio</i> S/. 8, 211, 493 19.27%
S/. 31, 746, 025. 74 100%	S/. 31, 746, 025. 74 100%	S/. 42, 623, 523 100%	S/. 42, 623, 523 100%

Nota: Situación financiera cambios comparados del periodo julio 2015 a 2016

Analizamos el Margen bruto, Margen operativo y Margen neto de la empresa.

Tabla 3.12.

Análisis de Ratios

Factor	Indicadores Técnicos	Formula	Año	
			2015	2016
	1. Margen Bruto	$Ventas - Costo de Ventas / Ventas$	10, 81	8, 54
Rentabilidad	2. Margen Operacional	$Utilidad Operacional / Ventas$	3, 64	2, 28
	3. Rentabilidad Neta de Ventas	$Utilidad Neta / Ventas$	0, 89	1, 35

Nota: Presentación gráfica de la variación de los ratios de rentabilidad bruta, operativa y neta, con un rango mayor la R. Bruta con 10, 81% en el año 2015 y la más baja la R. Neta con 0, 89 % en el año 2015

Para la rentabilidad bruta o margen bruto se tiene que para el año 2015 y 2016, la utilidad bruta obtenida después del descuento de los costos de ventas fueron del 10, 81 % y 8, 54% respectivamente, por cual existe una disminución del 2.27% para este periodo, así como también se observa que los costos de venta aumentaron su efecto en la utilidad bruta es significativa ya que ha disminuido el porcentaje con respecto al año anterior, debido al tipo de cambio y su constante fluctuación, para adquirir el producto para la venta.

Siguiendo con la rentabilidad operativa o margen operativo se observa que la compañía para el año 2015 genero una utilidad operacional del 3,64 %, y para el 2016 de 2,28 %; se aprecia un decrecimiento de la utilidad en 1,36 %, originado por el aumento de los costos de ventas, debido al incremento en los alquileres, aumento de sueldo en el personal y los gastos publicitarios para incrementar las ventas.

Para terminar tenemos la rentabilidad neta o margen neto, donde las ventas de la empresa para el año 2015 y 2016 generaron el 0, 89 % y el 1, 35% de utilidad respectivamente, también existe un aumento del 0,46% en la utilidad. Esto se da debido al crecimiento de ventas, ha generado el incremento de los intereses en cuentas por cobrar y de los ingresos financieros.

3.4 Efecto de la gestión logística en la rentabilidad de la empresa Interamericana Trujillo SA año 2016.

Para evaluar el efecto de la gestión logística se realiza la siguiente tabla.

Tabla 3.13.

Gestión logística y rentabilidad

Efecto de la gestión logística en la rentabilidad			
Interamericana Trujillo SA			
Item	Real	Esperada	Diferencia
Ventas netas	S/. 71,862,518	S/. 71,862,518	
Costo de Ventas	S/. 65,722,497	S/. 65,722,497	
Utilidad Bruta	S/. 6,140,020	S/. 6,140,020	
Gastos administrativos	S/. 468,897	S/. 468,897	
Gastos de Ventas	S/. 188,795	S/. 188,795	
Gestión logística.			
Transporte	S/. 28,021	S/. 28,021	
Mantenimiento de Inventarios	S/. 2,765,634	S/. 2,421,049	S/. 344,585
Unidades para preparar	S/. 16,664	S/. 16,664	
Atención al cliente	S/. 707,064	S/. 707,064	
Otros gastos logísticos	S/. 1,251,588	S/. 1,251,588	
Otros Ingresos Operacionales	S/. 1,078,431	S/. 1,078,431	
Otros Gastos	S/. 155,517	S/. 155,517	
Utilidad Operativa	S/. 1,636,271	S/. 1,980,856	S/. 344,585

Nota: En la gestión logística actual, en la parte de inventarios hay un elevado costo, para mejorar dicho costo que se asocia directamente con la rentabilidad operativa de la empresa, se hace una simulación de los datos reales con lo que se espera, con lo que se obtiene una diferencia de S/. 344,585, la cual permite elevar la utilidad operativa a S/1, 980,856 y a 2,76% en porcentaje, la cual quiere decir que si se mejora el control de los inventarios se puede aumentar la rentabilidad de la empresa.

Contrastación de Hipótesis.

Ho: La gestión logística tiene un efecto positivo en la rentabilidad de Interamericana Trujillo SA en el año 2016

H1: La gestión logística tiene un efecto positivo en la rentabilidad de Interamericana Trujillo SA en el año 2016

Actualmente el proceso logístico esta teniendo un costo elevado para la empresa ya que en la parte de inventarios hay un sobre costo por tener unidades en stock.

Esto incrementa los gastos de la empresa en la parte operativa teniendo como resultado S/. 1, 636,271.00 soles, y hace que disminuya la rentabilidad de la empresa, por ende rechazamos la hipótesis ya que actualmente hay un sobre costo en la parte logística de inventarios.

Esta se puede mejorar con un mejor control de pedidos, y manteniendo un stock menor al actual, el cual le permitirá atender su demanda y tener unidades disponibles para la venta si elevar el costo logístico de mantener dichas unidades en almacén. Con ello la rentabilidad crecería teniendo en la rentabilidad operativa de S/1, 9810,856.00 soles y los costos disminuirían en S/344,585.00 soles y podrían invertirse en publicidad u otros medios los cuales puedan seguir incrementando las ventas y aprovechando el crecimiento económico que se viene dando. Logrando que el ratio de rentabilidad operativa crezca a 2.76% y al mismo tiempo incremente su rentabilidad neta a 1,69%.

Con el mejor control de inventarios de entradas y salidas y rotación de modelos, esto conllevará a que la empresa, provisione sus gastos en los meses correspondientes y de acuerdo a las festividades que se presenta pueden incrementar el volumen de su inventario sin perjudicar su utilidad y rentabilidad operativa, y tener la cantidad necesaria para responder a la demanda actual y futura.

DISCUSIÓN

IV. Discusión

En la presente investigación se llegó a determinar que en la empresa actualmente los vehículos se están quedando un promedio de 42 días en almacén, es decir que más de dos meses demora para ser vendido en comparación con el periodo anterior 2015 donde las unidades demoraban 12 días, por ende hay un sobre costo en mantener estas unidades en stock, se tiene que mejorar las políticas de ventas, para mejorar la rotación de días y las unidades tengan mayor rotación, por otra parte Zapata (2014) dice que el correcto manejo de los indicadores permite a la empresa monitorear sus actividades para optimizar constantemente el uso de sus recursos y gracias a ellos se creó una proyección de demanda en servicios logísticos que ayudó al desarrollo de la propuesta de implantación del MRP (p. 134).y siguiendo con ello Mora (2013) nos dice que las relaciones de datos numéricos y cuantitativos aplicados a la gestión logística que permite evaluar el desempeño y el resultado en cada proceso. Incluyen los procesos de recepción, almacenamiento, inventarios, despachos, distribución, entregas, facturación y los flujos de información entre los socios de negocios. Es indispensable que toda empresa desarrolle habilidades alrededor del manejo de los indicadores de gestión logística, con el fin de poder utilizar la información resultante de manera oportuna (p. 31).

Por otra parte Espín (2014) nos dice que la logística del control de inventarios, permitirá mejorar la atención al público y por ende incrementar las ventas, también mejorará la rotación de medicamentos y productos evitando la caducidad.”(p. 58). En el análisis realizado a la parte de inventarios nos dio un resultado en rotación de inventarios de 5 veces en comparación con el año periodo anterior que era de 3, para este año recupera más veces su capital invertido, se mejoró debido al incremento de las ventas del presente año, Según la Cámara de Medellín [cámara Medellín] (2016) la empresa organiza y clasifica sus productos al tiempo que regula la rotación de los mismos. En esta etapa se busca la máxima utilización del espacio al menor costo. Para evitar este gasto la empresa puede implementar el Cross-docking o distribución directa, que prescinde del almacenaje (¶ 1).

Así mismo también Ortiz, Valdés y Arias (2013) nos dice que una gestión ineficiente de los inventarios constituye un freno para la conversión en dinero líquido del capital circulante y, por ende, interrumpe el ciclo de dinero o ciclo de operaciones de la empresa, lo que afecta la reproducción de esta. Para ello se requiere mantener un nivel mínimo de capital circulante que no deteriore la rentabilidad de la organización y, a su vez, facilite la fluidez de las operaciones. Una adecuada gestión de los inventarios disminuye, por una parte, la cantidad de capital inmovilizado y, por tanto, la magnitud de capital circulante; y, por otra, en última instancia, incrementa el nivel de beneficio que obtiene la empresa al disminuir los costos asociados a los sistemas de inventario(p. 191).

Siguiendo con el análisis se obtuvo como resultado que no se puede mejorar el impacto del costo de compras en las ventas siendo el mayor porcentaje 92.49% en abril, debido al duopolio de proveedores por ende no se pueden ajustar los precios, pero sí podrían ajustar el costo del transporte en flete para poder reducir el costo final de la compra y se pueda incrementar las ventas, para ello Flores (2014) nos dice que la gestión de compras y abastecimiento en un porcentaje razonable de empresas es deficiente porque no logran identificar con claridad los procesos y se recurre a la improvisación ocasionando que los usuarios reporten requerimientos innecesarios y sin sustento influyendo negativamente en la rentabilidad económica (p.99). Si tuvieran acceso a más proveedores hicieran un buen aprovisionamiento como lo dice la Cámara de Medellín (2016) en la parte de aprovisionamiento: es la etapa de abastecimiento de materias primas y elementos necesarios para que la empresa desarrolle su producto o servicio. En esta etapa se encuentra la creación de relaciones con los proveedores, los estudios de mercado para identificar la demanda, la previsión de la producción y la gestión del inventario

Según Cardenal (2014) para la rentabilidad Bruta nos dice que un análisis de este indicador puede ser muy esclarecedor, sobre todo en base a la información que revela sobre la política comercial de la empresa o la dinámica de la industria. Cuando se observa un crecimiento de ventas atractivo, pero acompañado de una caída en el margen bruto, se trata habitualmente de una indicación de que la compañía está incrementando las ventas mediante rebajas de precios (¶. 4). y en análisis se obtuvo que Para la rentabilidad bruta o margen bruto se tiene que para

el año 2015 y 2016, la utilidad bruta obtenida después de descontar los costos de ventas fueron del 10,81 % y 8, 54% respectivamente, por cual observamos que existe una disminución de 2.27% para este periodo, así como también podemos afirmar que a pesar de que los costos de venta aumentaron su impacto sobre la utilidad bruta no es significativa, debido al equilibrio de sus costos.

Por otra parte Díez (2010) nos dice que el margen obtenido por la diferencia entre el precio de venta del producto/servicio y su coste. Es el beneficio que reporta la actividad básica de la empresa. El margen bruto, por tanto, mide la rentabilidad derivada de la venta del servicio/producto (p. 14) lamentablemente la empresa no está cubriendo con ello ya que se obtuvo el siguiente resultado en el análisis del margen operativo se puede observar que la compañía para el año 2015 genero una utilidad operacional del 3,56 %, y para el 2016 de 2,28 %; por lo anterior evidenciamos un decrecimiento de la utilidad en 1,28 % principalmente originado por el aumento de los costos de ventas en especial gastos de administración, así como los gastos de venta para el año 2016.

Díez (2010) nos dice que el beneficio neto se usa o bien para remunerar a los accionistas mediante dividendos o bien para aumentar las reservas (que en la práctica sería como reinvertir los beneficios en la propia empresa). Cabe mencionar aquí que algunas empresas anuncian ampliaciones de capital liberadas (es decir, acciones gratis) como sustituto del dividendo, pero la maniobra es irrelevante puesto que no cambia el valor patrimonial de la empresa, sólo divide el mismo valor entre más acciones. Para el accionista, no es más que una ilusión óptica (p. 15).en concordancia con ello se obtuvo el siguiente resultado de margen neto, donde las ventas de la empresa para el año 2015 y 2016 generaron el 0,89 % y el 1, 35% de utilidad respectivamente, también podemos ver que existe un aumento del 0,46% en la utilidad. Adicionalmente decimos que a pesar del aumento en los costos de venta y en los gastos de administración y ventas, las ventas crecieron lo suficiente para asumir dicho aumento.

CONCLUSIONES

V. Conclusiones

1. El efecto producido por una nueva gestión logística en la rentabilidad operativa logra un incremento de 2.76% y en términos de soles S/. 344,585, esto se debe a que a un mejor control de inventarios, incrementa tanto la rentabilidad operativa como la rentabilidad neta de la empresa, ya que son los que se asociación directamente con la gestión logística.
2. Al describir la gestión logística actual de Interamericana Trujillo S.A, se obtuvo que cuenta con dos proveedores para abastecerlos de unidades vehiculares, a parte son concesionarios exclusivos de dichas marcas, tiene una demanda total de 1563 unidades y una demanda promedio de 223 unidades y una compra promedio de unidades de 231, para su gestión de stock tiene un inventario de seguridad de 3.46%. Tienen un almacén propio con una capacidad de 270 unidades, tiene un gasto promedio de mantener un inventario en stock de S/194.28, para distribuir las unidades tiene un costo promedio de S/30.00 por unidad y para cubrir las necesidades del cliente tiene un promedio de S/120.52 por unidad.
3. Al analizar la gestión logística se obtuvo que contar con dos distribuidores le da ventaja en la venta de las marcas que representan, ya que son los únicos en La Libertad, pero al mismo tiempo tiene un impacto negativo por las metas que el mismo distribuidor establece para la compra haciendo un desbalance la rotación de sus inventarios que pueden permanecer en stock hasta 40 días en almacén generando sobre costo en mantener los inventarios por tanto tiempo.
4. Al evaluar la rentabilidad, se obtuvo en la parte de Rentabilidad bruta 8,54% con respecto al año anterior a disminuido en 2,27% debido a las fluctuaciones del tipo de cambio ha generado el aumento del costo de ventas, con respecto a la parte de rentabilidad operativa a disminuido en comparación con el año pasado con un resultado de 2,28%, debido al incremento de los gastos publicitarios, personal y costos logísticos para incrementar la venta. Y por último la rentabilidad neta se incrementó en comparación con el periodo anterior teniendo como resultado 1,35% con ello se ve el incremento de la carrea de cuentas por cobrar y de los intereses financieros.

RECOMENDACIONES

VI. Recomendaciones

- 1.** Evaluar el comportamiento de las ventas e inventarios de manera mensual con los indicadores logísticos para generar estrategias de marketing con anticipación e incrementar sus ventas.
- 2.** Ajustar los gastos operativos y de ventas para mejorar su ratio de operatividad, de acuerdo a la marca con menor rotación podrían ajustar estos costos.
- 3.** Analizar el mercado para incursionar en otro rubro, en el cual pueda negociar con otros proveedores, para justar de precios y costos y poder competir en el mercado.
- 4.** Con una alianza con los proveedores puede ajustarse el costo logístico, así mismo buscar herramientas de publicidad que faciliten conocer el producto y ajustar los precios en marketing, para lograr el aumento de la rentabilidad en el siguiente periodo.

PROPUESTA

VII. Propuesta

Propuesta de mejora en la gestión logística de Interamericana Trujillo SA-año 2016.

1.1. Fundamentación

La alternativa propuesta para la gestión logística, que le permita aumentar la rentabilidad de la empresa Interamericana Trujillo S.A.; será de mejorar su capacidad de pedidos que pueda satisfacer la necesidad de los clientes con un inventario de seguridad que pueda permitirles tener unidades en stock sin generar elevados gastos en su gestión.

1.2. Objetivo general

Mejorar la rentabilidad de la empresa Interamericana Trujillo SA para el periodo 2017.

1.3. Objetivos específicos

- Determinar la cantidad de pedidos óptima para mantener el inventario.
- Analizar los gastos obtenidos para la empresa Interamericana Trujillo SA al utilizar la nueva cantidad de pedidos.

7.3.1 Cantidad de Pedidos

Tabla 7.1

Cantidad de Pedidos Actuales

Mes	2016
Enero	253
Febrero	270
Marzo	199
Abril	253
Mayo	270
Junio	208
Julio	160
Total	1613

Nota: Actualmente posee un stock de seguridad de 3.46 %, el cual le está elevando

los costos de mantener el inventario, para responder ante las necesidad de la demanda.

Tabla 7.2

Cantidad Propuesta

Mes	Años en Unidades	
	2016	2016 propuesta
Inventario	217	217
Enero	253	202
Febrero	270	210
Marzo	199	164
Abril	253	173
Mayo	270	211
Junio	208	191
Julio	160	214
Total	1613	1365

Nota: Se propone disminuir la cantidad de pedidos en referencia con el año anterior en 248 unidades.

Para la reducción se tomó en cuenta años anteriores para ver la tendencia de crecimiento de en compra de unidades y crecimiento del sector automovilístico y del crecimiento del poder adquisitivo y PBI del país en lo cual tiene una tendencia de 2,5% y 3,5% sumando ambos valores en comparación a años anteriores se puede generar una cantidad de pedidos que pueden satisfacer la necesidad de los clientes y mantener sctok en inventario.

Con esta cantidad propuesta podrá reducir los costos de mantener unidades en stock y así mismo elevar la utilidad atribuible a la logística.

El resultado sería el siguiente:

Tabla 7.3

Resultado con mejora de Inventarios

Mes	Periodos en Unidades					
	Pedidos Año 2015	crecimiento económico	Pedidos en unidades con crecimiento	Ventas en unidades Año 2016	Inventario Stock	
inventario				217		
Enero	195	7	202	189	230	
Febrero	203	7	210	209	231	
Marzo	153	11	164	229	166	
Abril	162	11	173	246	93	Remate de unidades
Mayo	197	14	211	242	62	Día de la madre
Junio	162	29	191	246	7	Día de la Padre
Julio	200	14	214	187	34	Fiestas Patrias
Total inventarios	1272		1365		822	

Nota: Para los meses de enero y febrero se considera un crecimiento de 3,5% con respecto a marzo y los demás meses se duplica este porcentaje debido al remate de unidades del año anterior para que entre en vigencia las unidades del año presente, también se considera las festividades como día de la madre, del padre y fiestas patrias las cuales eleven el punto de ventas.

7.3.2 Análisis de gastos de gestión logística con nueva cantidad de pedidos.

Tabla 7.3

Comparación de los gastos de gestión logística, al utilizar la nueva cantidad de pedidos y su impacto en la rentabilidad Interamericana Trujillo SA

Estado de resultados			
Interamericana Trujillo SA			
Item	Real	Obtenido	Diferencia
Ventas netas	S/. 71,862,518	S/. 71,862,518	
Costo de Ventas	S/. 65,722,497	S/. 65,722,497	
Utilidad bruta	S/. 6,140,020	S/. 6,140,020	
Gastos administrativos	S/. 468,897	S/. 468,897	
Gastos de Ventas	S/. 188,795	S/. 188,795	
Transporte	S/. 28,021	S/. 28,021	
Mantenimiento de Inventarios	S/. 2,765,634	S/. 2,421,049	S/. 344,585
Unidades para preparar	S/. 16,664	S/. 16,664	
Atención al cliente	S/. 707,064	S/. 707,064	
Otros gastos logísticos	S/. 1,251,588	S/. 1,251,588	
Otros Ingresos Operacionales	S/. 1,078,431	S/. 1,078,431	
Otros Gastos	S/. 155,517	S/. 155,517	
Utilidad Operativa	S/. 1,636,271	S/. 1,980,856	S/. 344,585
Gastos financieros	S/. 719,036	S/. 719,036	
Ingresos financieros	S/. 12,719	S/. 12,719	
Gastos financieros(dif TC)	S/. 458,503	S/. 458,503	
Utilidad antes de impuestos	S/. 1,388,457	S/. 1,733,042	
Impuesto a la renta (30%)	S/. 416,537	S/. 519,913	
Utilidad Neta del ejercicio	S/. 971,920	S/. 1,213,129	S/. 241,209

Nota: Se realizó la comparación del gastos de mantenimiento de inventarios que género la empresa Interamericana Trujillo SA, con la cantidad propuesta en referencia al año anterior, notándose una disminución representativa de S/. 344,585, debido a la reducción de inventarios que generaba sobre costo, la cual influye en la rentabilidad operativa elevándola a 2,76% y teniendo como rentabilidad neta 1,69% la cual permite a la empresa elevar su rentabilidad.

Conclusión: Mejorar el control de sus inventarios a través de los índices de crecimiento económico, PBI, inflación, permiten mejorar el control de sus compras en comparación con años anteriores e incrementar su rentabilidad tanto operativa como rentabilidad neta.

REFERENCIAS

VII.Referencias Bibliográficas

- Arrieta, E. (2012). *Propuesta de mejora en un operador logístico: Análisis, Evaluación y Mejora de los flujos logísticos de su centro de distribución*. Lima : Facultad de Ciencias e Ingeniería, Lima, Perú.
- Asociación Española para la Calidad. (2016). *Gestión de la Logística*. Recuperado de <http://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/gestion-de-la-logistica>: .
- Ballou, R. (2004). *Logística Administración de la Cadena de Suministro. (5° Ed)*. México : Pearson Educación.
- BBVA. (2013). *Banco Continental, Tipo de Cambio*. Recuperado de: <http://www.bbvacontuempresa.es/a/que-es-el-tipo-cambio>.
- Calidad, A. E. (2016). <http://www.aec.es>.
- Camara de Comercio de Medellín para Antioquia. (2016). *Gestión Logística para la competitividad empresarial*. Recuperado de <http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/Biblioteca/herramientas/Gestion-logistica-programas-empresariales.pdf>.
- Cardenal, A. (2014). *Márgenes de rentabilidad bruta: Clave del análisis fundamental*. Argentina: Recuperado de <https://latin.tradingfloor.com/articulos/http-wwwsaladeinversioncom-formacion-margenes-rentabilidad-bruta-herramienta-clave-analisis-fundamental-acciones-cfd-formacion-820224>.
- Díez, I. (2010). *Cómo Entender las Finanzas de Hoy, Bienes, inmuebles, acciones, bonos, Productos Estructuados, private equity, hedge funds*. España: Antoni Bosch editor SA.
- entrepreneur. (2010). *Mide la rentabilidad de tu empresa*. Recuperado de <https://www.entrepreneur.com/article/263733>.

- Espín, A. (2014). *Gestión Logística de inventarios y su rentabilidad en la farmacia popular N° 1 de la ciudad de Ambato (tesis Pregrado)*. Facultad de Contabilidad y Auditoría, Ambato, Ecuador.
- Fernández, J. (2016). *Rentabilidad*. Recuperado de <http://www.expansion.com/diccionario-economico/rentabilidad.html>.
- Flores, C. (2014). *La gestión Logística y su influencia en la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana (tesis Pregrado)*. Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Finanzas, Lima, Perú.
- Flores, C. (2014). *La Gestión Logística y su influencia en la Rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana (Tesis Pregrado)*. Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Financieras, Lima, Perú.
- Hurtado, B., & Muñoz, A. (2011). *Plan de Mejoramiento y Análisis de la Gestión Logística en la organización Heval LTDA (Tesis Pregrado)*. Facultad de Ciencias Económicas, Risalda, Colombia.
- Lobato, F., & Villagrà, F. (2013). *Gestión Logística y Comercial*. México: Macmillan.
- Los Santos, I. (2010). *Logística y Operaciones en la empresa*. Madrid: Gráficas Dehon.
- Mora, L. (2011). *Los Indicadores Claves del desempeño logístico*. Argentina.
- Noriega, H. (2016). *Cálculo del Margen Neto*. Recuperado de [https://www.woccu.org/documents/Tool6\(sp\)](https://www.woccu.org/documents/Tool6(sp)).
- Ortíz, M., Valdes, F., & Arias, E. (2013). Desempeño logístico y rentabilidad económica. Fundamentos teóricos y resultados prácticos. *Economía y Desarrollo*, Universidad de la Habana, Habana, Cuba.
- Palpa, H., & Orihuela, R. (2014). *Propuesta de un Modelo Integral de Gestión Logística aplicado a una asociación de Mypes del sector metalmeccánico de Villa el Salvador con la finalidad de lograr la mejora de productividad de las*

mismas y aprovechar las oportunidades que ofrece el entorno. Facultad de Ingeniería Industrial, Lima, Perú.

Sánchez, A. (1994). *La Rentabilidad Económica y Financiera de la Gran Empresa Española, Análisis de los Factores Determinantes.* España: Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/44122.pdf>.

Sánchez, G. (2008). *Cuantificación de Valor en la Cadena de Suministros Extendida.* León: Del Blanco Editores.

Sánchez, J. (2002). *Análisis de Rentabilidad de la Empresa .* Recuperado de <http://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisr.pdf>.

Universidad Nacional Abierta y a Distancia. (2016). *Finanzas.* Recuperado de http://datateca.unad.edu.co/contenidos/102038/EXE_2013-1/FINANZAS%20MODULO%20EXE/EXE_2013-1/leccin_14__indicadores_de_rentabilidad.html.

Vermorel, J. (2012). *Cantidad Económica de la Orden (EOQ) Definición y Fórmula.* Recuperado de <https://www.lokad.com/es/cantidad-economica-orden-definicion-y-formula>.

Zapata, A. (2014). *Diseño de un sistema de control MRP para el operador logístico Ransa en el departamento de almacenes_ GYE(Tesis Pregrado).* Facultad de Ingeniería Industrial, Guayaquil, Ecuador.

ANEXOS

ANEXOS

Anexo 1 Matriz de Consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TÍTULO:

Gestión Logística y su efecto en la Rentabilidad de la Empresa Interamericana Trujillo SA Año 2016

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
¿Qué efecto tiene la gestión logística la rentabilidad de la empresa Interamericana Trujillo SA año 2016?	GENERAL: Evaluar el efecto de la gestión logística en la rentabilidad de la empresa Interamericana Trujillo SA año 2016.	La gestión logística tiene un efecto positivo en la rentabilidad de Interamericana Trujillo SA en el año 2016.	VARIABLE INDEPENDIENTE: GESTIÓN LOGÍSTICA	Aprovisionamiento	Número de Proveedores
					Número de demanda actual
					Número de demanda diaria para previsión
				Producción	Cantidad de pedidos
				Almacenamiento	Número de rotación de Inventarios Costo de mano de obra

				Costo de mantener inventario
			Transporte y Distribución	Número de día para entregar orden
				Número de unidades habilitadas por día
				Costo de entrega de unidades
			Servicio al cliente	Costo de valor agregado
				Número de días de entrega
	ESPECÍFICOS: 1. Describir la gestión logística actual de la empresa Interamericana Trujillo SA. Año 2016.		VARIABLE DEPENDIENTE:	BRUTA
				Ventas totales
				Costo de Ventas
			OPERATIVA	Utilidad Operacional

- 2. Analizar la gestión logística actual de la empresa Interamericana Trujillo S.A. Año 2016.
- 3. Evaluar la rentabilidad de la empresa Interamericana Trujillo SA. Año 2016.

RENTABILIDAD

	Ventas Netas
	Beneficio Neto
NETA	Total de ventas

Anexo 2 Instrumento

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA			
Cifras en Nuevos Soles			
<u>ACTIVO</u>	<u>NOTAS</u>	<u>Importes</u>	<u>%</u>
<u>ACTIVO CORRIENTE</u>			
EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO			
CUENTAS POR COBRAR COMERCIALES (NETO)			
CUENTAS POR COBRAR PERSONAL, ACCIONISTAS, SOCIOS			
OTRAS CUENTAS POR COBRAR DIVERSAS			
EXISTENCIAS			
GASTOS CONTRATADOS POR ANTICIPADO			
OTROS ACTIVOS CORTO PLAZO			
<u>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</u>			
<u>ACTIVO NO CORRIENTE</u>			
ACTIVOS MANTENIDOS PARA LA VENTA			
INMUEBLES, MAQUINARIA Y EQUIPO			
ACTIVOS INTANGIBLES			
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN ACUMULADA			
OTROS ACTIVOS LARGO PLAZO			
<u>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</u>			
<u>TOTAL ACTIVO</u>			
-			
<u>PASIVO Y PATRIMONIO</u>			
<u>PASIVO CORRIENTE</u>			

<p>TRIBUTOS POR PAGAR</p> <p>OBLIGACIONES CON TRABAJADORES</p> <p>CUENTAS POR PAGAR COMERCIALES (NETO)</p> <p>CUENTAS POR PAGAR ACCIONISTAS, SOCIOS Y GERENTES</p> <p>OBLIGACIONES FINANCIERAS</p> <p>OTRAS CUENTAS POR PAGAR DIVERSAS</p>
<i>TOTAL PASIVO CORRIENTE</i>
<u>PASIVO NO CORRIENTE</u>
OBLIGACIONES FINANCIERAS
<i>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</i>
<i>TOTAL PASIVO</i>
<u>PATRIMONIO NETO</u>
CAPITAL SOCIAL
CAPITAL ADICIONAL
RESERVAS
RESULTADOS ACUMULADOS
RESULTADO DEL EJERCICIO
<i>TOTAL PATRIMONIO NETO</i>
<u>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</u>

Anexo 3 Datos

Estado de Resultados (Expresado en nuevos soles)	
<u>Ventas Netas</u>	
Ingreso por venta de vehículos	
Ingreso por venta de servicios	
Costo de venta de vehículos	
Costo de ventas de servicios	
<u>Utilidad Bruta</u>
Gastos de venta	
Gastos de administración	
Otros ingresos operacionales	
<u>Utilidad de Operación</u>
Otros ingresos (egresos)	
Ingresos financieros	
Gastos financieros	
<u>Utilidad antes de Participaciones e</u>	_____
<u>Impuestos a las Ganancias</u>	=====

Tabla 3.4.1

Estado de situación financiera al 31 de Julio 2016

(Expresado en nuevos soles)

	2016	%	2015	%
Activo				
Activo Corriente				
Efectivo y equivalentes de efectivo	3.771.281	8,85%	3.646.916,49	11,49%
Cuentas por cobrar comerciales	7.721.773	18,12%	3.495.341,08	11,01%
Cuentas por cobrar a Personal,				
Accionistas, Socios	73.889	0,17%	45.460,66	0,14%
Otras cuentas por cobrar a terceros	70.205	0,16%	68.764,16	0,22%
Inventarios	25.213.144	59,15%	19.103.058,78	60,17%
Gastos pagador por anticipado	148.086	0,35%	62.566,64	0,20%
Otros activos a corto plazo	974.162	2,29%	888.431,40	2,80%
Total Activo Corriente	37.972.541	89,09%	27.310.539,21	86,03%
Activo No Corriente:				
Propiedad , planta y equipo	4.535.158	10,64%	4.377.820,46	13,79%
Activos intangibles	75	0,00%	6.638,72	0,02%
Activo tributario diferido	115.749	0,27%	51.027,35	0,16%
Total Activo No Corriente	4.650.983	10,91%	4.435.486,53	13,97%
Total Activo	42.623.523	100,00%	31.746.025,74	100,00%
Pasivo y Patrimonio				
Pasivo Corriente:				
Tributos por pagar	174.089	0,41%	140.129	0,44%
Obligaciones con los trabajadores	461.970	1,08%	336.012,81	1,06%
Cuentas por pagar comerciales	854.746	2,01%	2.923.638,82	9,21%
Cuentas por pagar Accionistas, Socios			729.415,31	2,30%
y Gerentes	583.138	1,37%		
Otras cuentas por pagar	696.341	1,63%	148.841,17	0,47%
Anticipos recibidos de clientes	9.417.266	22,09%	7.388.489,36	23,27%
Obligaciones financieras	21.631.867	50,75%	13.706.324,15	43,17%
Total Pasivo Corriente	33.819.418	79,34%	25.372.850,68	79,92%
Pasivo No Corriente:				
Obligaciones financieras a largo plazo	592.612	1,39%	959.019,14	3,02%
Total Pasivo No Corriente	592.612	1,39%	959.019,14	3,02%
Total Pasivo	34.412.029	80,73%	26.331.869,82	82,95%
Patrimonio:				
Capital emitido	3.893.801	9,14%	3.893.801,46	12,27%
Reserva legal	778.760	1,83%	628.075,00	1,98%
Resultados acumulados	3.538.932	8,30%	892.279,46	2,81%
Total patrimonio	8.211.493	19,27%	5.414.155,92	17,05%
Total pasivo y patrimonio	42.623.523	100,00%	31.746.025,74	100,00%

Tabla 3.4.2

Estado de resultados a 31 Julio 2016

INTERAMERICANA TRUJILLO S.A.				
Estado de Resultados Integrales mensuales comparativo vertical				
(Expresado en nuevos soles)				
	jul-16	%	jul-15	%
Ingreso por ventas	74.038.718	100,00%	52.497.425	100,00%
Costo de venta	-65.722.497	-88,77%	-45.573.235	-86,81%
Costo de servicios	-1.801.751	-2,43%	-1.154.852	-2,20%
Utilidad Bruta	6.514.470	8,80%	5.769.337	10,99%
Gastos de venta	-4.270.879	-5,77%	-3.169.467,4	-6,04%
Gastos de administración	-1.155.784	-1,56%	-958.285	-1,83%
Otros ingresos operacionales	1.078.431	1,46%	466.273	1104,49%
Otros Gastos	-155.517	-0,21%	0	0,00%
Utilidad de Operación	2.010.721	2,72%	2.107.857	4,02%
Otros ingresos (egresos)				
Ingresos financieros	12.719	0,02%	9.028	0,02%
Gastos financieros1	-719.036	-0,97%	-625.229	-1,19%
Gastos financieros2	458.503	0,62%	-740.586	-1,41%
Utilidad antes de Participaciones e Impuestos a las Ganancias	1.762.907	2,38%	751.071	1,43%

INTERAMERICANA TRUJILLO S.A.
Estado de Situación Financiera Individual
Al 31 de Julio 2016
(Expresado en nuevos soles)

	<u>Nota</u>	ene-16	feb-16	mar-16	abr-16	may-16	jun-16	jul-16
Activo								
Activo Corriente								
Efectivo y equivalentes de efectivo	01	3.281.188	4.297.977	2.770.859	4.317.198	2.539.575	1.754.042	3.771.281
Cuentas por cobrar comerciales	02	4.574.713	5.338.613	4.259.038	4.261.853	4.860.353	7.070.817	7.721.773
Cuentas por cobrar a Personal, Accionistas, Socios	03	55.014	63.250	63.344	67.325	64.330	79.517	73.889
Otras cuentas por cobrar a terceros	04	73.837	64.560	64.889	76.412	63.490	143.921	70.205
Inventarios	05	12.621.288	13.936.843	12.805.490	13.912.721	16.243.035	15.214.323	13.870.856
Gastos pagador por anticipado	06	155.123	176.724	224.746	229.466	249.083	180.680	148.086
Otros activos a corto plazo	07	1.107.008	1.132.180	1.039.778	1.294.374	1.610.914	1.405.627	974.162
Total Activo Corriente		21.868.170	25.010.145	21.228.144	24.159.349	25.630.780	25.848.927	26.630.253
Activo No Corriente:								
Propiedad , planta y equipo	08	4.396.933	4.402.314	4.519.031	4.587.380	4.556.336	4.492.281	4.535.158
Activos intangibles	09	2.283	1.557	830	105	95	85	75
Activo tributario diferido	10	115.749	115.749	115.749	115.749	115.749	115.749	115.749
Total Activo No Corriente		4.514.965	4.519.620	4.635.610	4.703.234	4.672.180	4.608.116	4.650.983
Total Activo		26.383.135	29.529.765	25.863.755	28.862.583	30.302.960	30.457.043	42.623.523
Pasivo y Patrimonio								
Pasivo Corriente:								
Tributos por pagar	11	98.174	112.305	91.414	109.671	98.591	90.731	174.090
Obligaciones con los trabajadores	12	703.367	599.098	556.465	635.715	549.978	701.212	461.970
Cuentas por pagar comerciales	13	1.240.213	1.310.869	1.519.579	1.371.014	1.213.678	945.966	854.746
Cuentas por pagar Accionistas, Socios y Gerentes	14	633.138	633.138	633.138	583.138	583.138	583.138	583.138
Otras cuentas por pagar	15	282.435	264.199	265.994	587.649	791.587	724.785	696.341
Anticipos recibidos de clientes	16	9.979.030	9.217.821	8.409.658	8.717.610	9.869.223	9.613.792	9.417.266
Obligaciones financieras	17	18.005.426	20.041.143	16.741.484	19.613.929	21.311.641	21.856.772	22.224.479

Total Pasivo Corriente		30.941.784	32.178.573	28.217.731	31.618.726	34.417.836	34.516.397	34.412.030
Pasivo No Corriente:								
Obligaciones financieras	17	0	0	0	0	0	0	0
Total Pasivo No Corriente		0	0	0	0	0	0	0
Total Pasivo		30.941.784	32.178.573	28.217.731	31.618.726	34.417.836	34.516.397	34.412.030
Patrimonio:								
Capital	18	3.893.801	3.893.801	3.893.801	3.893.801	3.893.801	3.893.801	3.893.801
Reserva legal	18	778.760	778.760	778.760	778.760	778.760	778.760	778.760
Resultados Acumulados	18	1.776.026	1.776.026	1.776.026	1.775.473	1.775.473	1.776.026	1.776.026
Utilidad al 31.01.2016	18	-271.399	-433.940	473.453	1.059.133	1.036.018	1.557.871	1.762.907
Total patrimonio		6.177.187	6.014.647	6.922.039	7.507.167	7.484.053	8.006.458	8.211.493
Total pasivo y patrimonio		37.118.971	38.193.220	35.139.770	39.125.893	41.901.889	42.522.855	42.623.523

INTERAMERICANA TRUJILLO S.A.
Estado de Resultados Integrales Individual vehículos
Al 31 de Julio 2016
(Expresado en nuevos soles)

	<u>Nota</u>	ene-16	feb-16	mar-16	abr-16	may-16	jun-16	jul-16	TOTAL
Ventas Netas									
Ingreso por venta de vehículos	19	7,543,470	10,101,642	10,519,982	10,442,158	10,441,349	11,931,944	10,881,972	71,862,518
Costo de venta de vehículos	20	6,967,620	-9,187,735	-9,649,418	-9,657,448	-9,477,180	-10,994,358	-9,788,737	-65,722,497
Utilidad Bruta		575,850	913,906	870,564	784,710	964,169	937,586	1,093,235	6,140,020
Gastos de venta	22	-601,889	-585,486	-585,041	-601,639	-586,244	-682,976	-627,603	-4,270,879
Gastos de administración	23	-155,538	-158,687	-153,468	-168,568	-168,155	-165,143	-186,224	-1,155,784
Otros ingresos operacionales	24	205,744	128,087	198,050	100,206	118,467	178,473	149,403	1,078,431
Otros Gastos	22	-107,729	-105,031	0	0	0	57,243	0	-155,517
Utilidad de Operación		-83,562	192,789	330,105	114,709	328,237	325,183	428,810	1,636,271
Otros ingresos (egresos)									
Ingresos financieros	25	28	20	14	12,012	23	609	12	12,719
Gastos financieros	26	-112,663	-96,650	-81,659	-87,139	-111,924	-109,134	-119,868	-719,036
Gastos financieros(Dif. Cambio)	26	-125,241	-309,785	601,480	467,019	-299,034	262,777	-138,712	458,503
Utilidad antes de Participaciones e Impuestos a las Ganancias		-321,437	-213,626	849,940	506,600	-82,698	479,436	170,243	1,388,457

Costos Logísticos Generales 2016

Ventas

Denominación	ene-16	feb-16	mar-16	abr-16	may-16	jun-16	jul-16	TOTAL
Gastos del Personal	315.455	285.734	277.949	293.715	260.085	248.202	320.023	2.001.164
Gatos por fletes,	2.660	2.732	3.298	4.022	5.798	5.226	4.286	28.021
Gastos por mantenimientos de local	13.327	12.804	19.995	13.210	20.299	16.202	12.192	108.029
Gastos por Alquiler de local	87.379	84.889	81.378	83.031	82.763	83.718	84.095	587.254
Gastos por otros alquileres	2.155	2.157	2.153	2.651	2.153	2.151	3.535	16.954
Servicios básicos	6.254	7.133	6.569	9.476	8.336	7.588	6.878	52.233
Gastos por Publicidad	34.527	36.471	33.051	30.597	43.941	46.207	50.709	275.503
Gastos por representación y atención a clientes	13.629	13.823	15.845	16.593	18.842	15.272	13.794	107.798
Gastos por Inscripción vehicular y Placas	34.327	48.004	51.935	50.734	48.603	44.466	45.695	323.763
Servicio Técnico	2.686	1.833	2.093	2.420	2.625	2.935	2.071	16.664
Otros Servicios de Terceros	30.149	32.277	33.761	35.369	38.850	35.027	30.466	235.898
Gastos por Seguros	6.385	4.006	4.221	4.395	4.665	4.054	4.210	31.935
Otros Gastos	1.304	2.690	2.139	946	1.324	6.831	1.532	16.766
TOTALES	550.238	534.551	534.387	547.159	538.284	517.877	579.486	3.801.982

Administrativos

Denominación	ene-16	feb-16	mar-16	abr-16	may-16	jun-16	jul-16	TOTAL
Gastos del Personal	112.278	113.993	108.728	112.837	127.361	122.240	128.904	826.341
Gatos por fletes	1.520	1.285	2.308	1.496	1.250	1.663	1.405	10.926
Gastos por mantenimientos de local y Equipos	1.531	1.149	3.487	664	3.414	3.401	2.656	16.301
Gastos por Alquiler de local	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	14.000
Gastos por otros alquileres	0	0	0	0	0	0	0	0
Servicios básicos	2.442	2.665	2.220	3.981	2.671	2.572	2.438	18.989
Gastos por representación	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros Servicios de Terceros	8.872	9.747	8.737	8.986	8.447	7.772	8.173	60.733
Gastos por Seguros	773	781	758	741	983	738	741	5.516
Otros Gastos	1.441	1.813	3.903	2.909	1.094	1.660	1.362	14.182
TOTALES	130.858	133.433	132.140	133.613	147.221	142.046	147.679	966.989

Costos Logísticos Generales 2015

Ventas

Denominación	ene-15	feb-15	mar-15	abr-15	may-15	jun-15	jul-15	Total
Gastos Personal	191.979	159.680	187.177	184.333	205.966	198.932	234.142	1.362.209
Comisiones e incentivos de vendedores libres.	1.440	3.823	7.443	1.166	-	1.106	-	14.978
Flete vehículos en exhibición	1.186	4.525	4.675	4.173	6.013	4.938	3.151	28.662
Transporte, correos y gastos de viaje	5.302	3.141	6.198	3.217	2.759	8.018	9.545	38.180

Mantenimiento de local	4.921	9.853	5.623	16.361	10.846	9.560	8.326	65.491
Alquiler de local	76.821	82.124	82.600	81.604	84.848	83.601	86.059	577.657
Alquileres otros	472	472	1.031	324	325	325	536	3.484
Servicio de cochera	1.463	260	246	206	379	545	908	4.006
Servicios básicos	5.172	6.210	5.717	5.581	6.198	5.866	6.050	40.794
Publicidad	18.525	13.373	26.446	20.029	29.907	41.285	48.451	198.016
Servicio de impresión	1.653	1.334	1.685	1.713	2.108	3.157	2.550	14.200
Servicios inscripción vehicular SUNARP-DRTC-AAP	15.790	13.855	23.592	16.211	17.551	16.973	23.576	127.548
Placa de rodaje - AAP.	16.966	12.345	15.900	20.360	12.991	17.548	16.578	112.688
Seguros	2.599	2.449	2.454	2.414	2.679	2.719	3.164	18.480
Combustible	4.229	4.067	5.101	5.477	4.915	4.201	6.024	34.015
unidades nuevas	2.039	2.186	1.377	1.165	1.215	2.416	1.718	12.117
Acondicionamiento de vehículos	2.267	2.248	3.216	2.619	2.608	3.505	1.924	18.388
Servicio Técnico	1.024	1.443	-	1.059	325	1.007	2.282	7.141
Otros servicios	1.852	2.963	2.560	1.642	1.810	2.499	30.090	43.415
Otras gastos								
TOTALES	355.701	326.351	383.040	369.656	393.444	408.200	485.075	2.721.468

Administrativos

Denominación	ene-15	feb-15	mar-15	abr-15	may-15	jun-15	jul-15	Total
Gastos Personal	90.911	87.520	77.755	89.296	93.944	99.882	124.140	663.448
Transporte	979	1.557	3.925	3.170	371	4.333	4.601	18.936
Mantenimiento de local	395	1.545	1.595	395	595	1.207	424	6.158
Mantenimiento de maquinaria, equipos y otros	424	372	429	627	1.005	989	1.080	4.926
Alquiler de local	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	14.000
Servicios básicos	1.777	2.070	2.111	2.155	2.214	2.380	2.294	15.000
Otros servicios prestados	642	332	703	659	1.037	319	631	4.323
Seguros	188	184	190	261	346	346	348	1.863
Suscripciones	329	329	329	329	329	329	329	2.304
Derechos del ministerio	289	229	241	386	253	241	441	2.080
Combustible	1.033	1.674	1.373	1.697	1.204	1.566	1.473	10.020
Suministros	1.988	2.060	1.472	1.357	3.717	947	2.589	14.130
Otras gastos de gestión	366	8.465	551	837	251	2.427	5.611	18.508
TOTALES	101.322	108.336	92.674	103.171	107.266	116.966	145.960	775.696

INTERAMERICANA TRUJILLO S.A.
Estado de Resultados Integrales Individual
Al 31 de Julio de 2015
(Expresado en nuevos soles)

	<u>Nota</u>	
		-
Ventas Netas		
Ingreso por venta de vehículos	<u>20</u>	51.095.399
Costo de venta de vehículos	<u>21</u>	-45.573.235
		5.522.164
Utilidad Bruta		
Gastos de venta	<u>23</u>	-3.165.429
Gastos de administración	<u>24</u>	-961.665
Otros ingresos operacionales	<u>25</u>	466.270
		1.861.340
Utilidad de Operación		
Otros ingresos (egresos)		
Ingresos financieros	<u>26</u>	9.028
Gastos financieros	<u>27</u>	-1.224.245
		646.123
Utilidad antes de Impuesto a las Ganancias		

Figura 3.2.1 Forecast

PROYECCIÓN RETAIL - JULIO '17			
MODELO	VERSIÓN	INTER. TRUJILLO	TOTAL
PICANTO	1.0 MT - LX	55	55
	1.0 MT - LX - MDPS + AC		-
	1.2 AT - LX		-
	1.2 MT - EX FULL / SAM		-
	1.2 AT - EX FULL / SAM		-
	TOTAL	55	55
RIO SEDAN	1.2 MT - LX	65	65
	1.2 MT - LX - MDPS + AC	10	10
	1.2 MT - LX Full	1	1
	1.4 MT - LX	2	2
	1.4 MT - EX	2	2
	1.4 AT - EX		-
	1.4 MT - EX Plus		-
	1.4 AT - EX Plus		-
	TOTAL	80	80
RIO HB	1.2 MT - LX		-
	1.2 MT - LX Full / Plus	4	4
	1.4 AT - LX Full / Plus		-
	1.4 MT - EX FULL		-
	1.4 AT - EX FULL		-

Figura 3.2.1 En la figura se muestra como utilizan esta herramienta de Forecast, colocando los modelos y sus distintas presentaciones haciendo el cálculo de acuerdo a las ventas proyectadas para realizar el pedido correspondiente.

Figura 3.2.2 Cuadro de mando de gestión

AÑO	MES	MODELO	COLOR	CHASIS	MOTOR	FACTURA DEL VEHICULO	STAT US	CLIENTE	ASESOR COMERCIAL	ABONOS	UBICACION	AÑO FAB.
2016	JULIO	NEW CERATO SEDAN (FL) 1.6 MT - L	NEGRO	KNAFJ411AH5953463	G4FGG6818453	40717	cancel	Libre			Tru	2016
2016	JULIO	NEW CERATO HB (FL) 1.6 MT - EX	GRIS METAL	KNAFX511AH5629267	G4FGG6819547	40758	cancel	Libre			Tru	2016
2016	JULIO	NEW RIO HB 1.2 MT -LX FULL con Equipo Multimedia	BLANCO CLARO	KNADM511AH6770728	G4LAFP153563	40712	cancel	Libre			Tru	2016
2016	JULIO	NEW RIO HB 1.2 MT -LX FULL con Equipo Multimedia	GRIS GRAFITO	KNADM511AH6656088	G4LAFP139818	40711	cancel	SALUTARIS SAC	BRUNO	CANCEL	Tru	2016
2016	JULIO	PICANTO 1.0 MT - LX	BLANCO CLARO	KNABES11AHT290849	G3LAGP032368	40724	cancel	PELAEZ PAREDES ELMER ALBERTO	VICTOR G	CANCEL	Tru	2016
2016	JULIO	PICANTO 1.0 MT - LX	BLANCO CLARO	KNABES11AHT290852	G3LAGP032807	40725	cancel	LOLOY RIOS ESTHER ELISA	DANELA	CANCEL	Tru	2016
2016	JULIO	PICANTO 1.0 MT - LX	BLANCO CLARO	KNABES11AHT290888	G3LAGP032590	40726	cancel	CARMEN EUFEMIA PAJUJEO CARBAJA	BRUNO	CANCEL	Tru	2016
2016	JULIO	PICANTO 1.0 MT - LX	BLANCO CLARO	KNABES11AHT290741	G3LAGP032619	40727	cancel	ALEX GUEVARA ZAVALETA	JOSE D	CANCEL	Tru	2016
2016	JULIO	PICANTO 1.0 MT - LX	BLANCO CLARO	KNABES11AHT290742	G3LAGP032623	40728	cancel	JOSE GENRRY VILLENIA ARENA	LORENA	CANCEL	Tru	2016
2016	JULIO	PICANTO 1.0 MT - LX	BLANCO CLARO	KNABES11AHT290746	G3LAGP032348	40729	cancel	CHUNGA CABALLERO EBERT LUIS	DELMA	CANCEL	Tru	2016
2016	JULIO	PICANTO 1.0 MT - LX	BLANCO CLARO	KNABES11AHT290750	G3LAGP032354	40730	cancel	BACILIO VILLANUEVA PEDRO	EDWIN	CANCEL	Tru	2016
2016	JULIO	PICANTO 1.0 MT - LX	BLANCO CLARO	KNABES11AHT290763	G3LAGP032618	40731	cancel	TICLIO SALDAÑA MIRELIS ELENA	RAZURI	CANCEL	Tru	2016
2016	JULIO	PICANTO 1.0 MT - LX	BLANCO CLARO	KNABES11AHT290774	G3LAGP032621	40732	cancel	PLASENCIA MARTINEZ DAVID	RAZURI	CANCEL	Tru	2016
2016	JULIO	PICANTO 1.0 MT - LX	BLANCO CLARO	KNABES11AHT290845	G3LAGP032793	40733	cancel	RUIZ AREDO LILIANA AZUCENA	DELMA	CANCEL	Tru	2016
2016	JULIO	PICANTO 1.0 MT - LX	BLANCO CLARO	KNABES11AHT290865	G3LAGP032367	40734	cancel	Wilmer Gaspar Escobedo Aredo	MONTOYA	CANCEL	Tru	2016

Figura 3.2.2 Se muestra el cuadro de gestión, donde se manejan las entradas y salidas de unidades vehiculares, de acuerdo al modelo, color, estatus de la unidad, el cliente en el caso sea vendido o este libre la unidad, asimismo figura el nombre del asesor comercial y el monto abonado hasta la fecha por el cliente que adquiere el vehículo, también figura la ubicación de la unidad que es importante para calcular el tiempo de entrega al cliente y el año de fabricación.

Figura 3.2.3 Distribución de Almacén

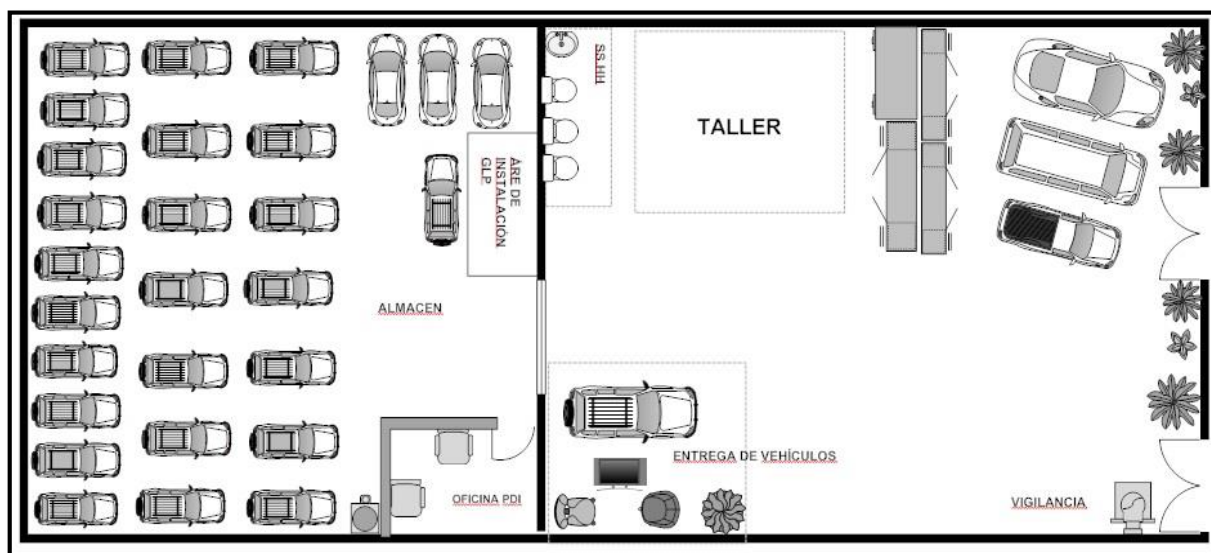


Figura 3.2.3 Se muestra como están distribuido actualmente el área de almacén de vehículos de Interamericana Trujillo SA, el cual cuenta con una capacidad de 6.961.25 m² para las diferentes funciones que se desarrollan.

Tabla 3.8

Capacidad de Almacén

Mes	Capacidad		Valor del Indicador (%)
	Capacidad Utilizada (Unidades)	Capacidad Máxima (Unidades)	
Enero	253	270	94
Febrero	270	270	100
Marzo	199	270	74
Abril	253	270	94
Mayo	270	270	100
Junio	208	270	77
Julio	163	270	60

Tabla 3.9

Rotación de Mercadería

Mes	Información		
	Ventas Acumuladas (S.)	Inventario Promedio (S.)	Valor del Indicador (veces)
Enero	7,543,470	12,621,288	0.60
Febrero	17,645,112	13,936,843	1.27
Marzo	28,165,094	12,805,490	2.20
Abril	38,607,252	13,912,721	2.77
Mayo	49,048,601	16,243,035	3.02
Junio	60,980,545	15,214,323	4.01
Julio	71,862,518	13,870,856	5.18

Nota: En comparación con el periodo 2015 donde el capital invertido se recuperaba 3 veces para este año 2016 se recupera 5 veces es decir que para este periodo tiene mayor número de veces que se recupera el capital a través de las ventas.

Tabla 3.7

Volumen de Compra

Mes	Información		
	Valor Compra (S/.)	Total Ventas (S/.)	Valor Indicador (%)
Enero	9,520,281.55	7,543,470.00	126.21
Febrero	10,134,225.47	10,101,642.00	100.32
Marzo	8,066,193.66	10,519,982.00	76.67
Abril	9,953,749.37	10,442,158.00	95.32
Mayo	10,694,428.12	10,441,349.00	102.42
Junio	8,889,187.90	11,931,944.00	74.50
Julio	7,331,141.10	10,881,972.00	67.37
Total	65,722,496.00	71,862,517.00	91.46

Nota: Actualmente el volumen de sus compras está relacionada con sus ventas, siendo el más alto en enero con 126%, donde las ventas bajaron lo cual mejoro con los siguientes meses y descendió en julio con 67% debido a que el volumen de compra fue bajo para las ventas generadas, debido al stock que se tenía de los meses anteriores.

Tabla 3.10

Duración del Inventario

Mes	Información		
	Inventario promedio (S/.)	Ventas Promedio (S/.)	valor del indicador (días)
Enero	12,621,288	7,543,470.00	50.2
Febrero	13,936,843	10,101,642.00	41.4
Marzo	12,805,490	10,519,982.00	36.5
Abril	13,912,721	10,442,158.00	40.0
Mayo	16,243,035	10,441,349.00	46.7
Junio	15,214,323	11,931,944.00	38.3
Julio	13,870,856	10,881,972.00	38.2

Nota: Tiene un promedio de días en espera para la venta de mercadería de 42 días.

Figura 5.1 Número de unidades vendidas para el primer trimestre del año 2016 por modelo y marca

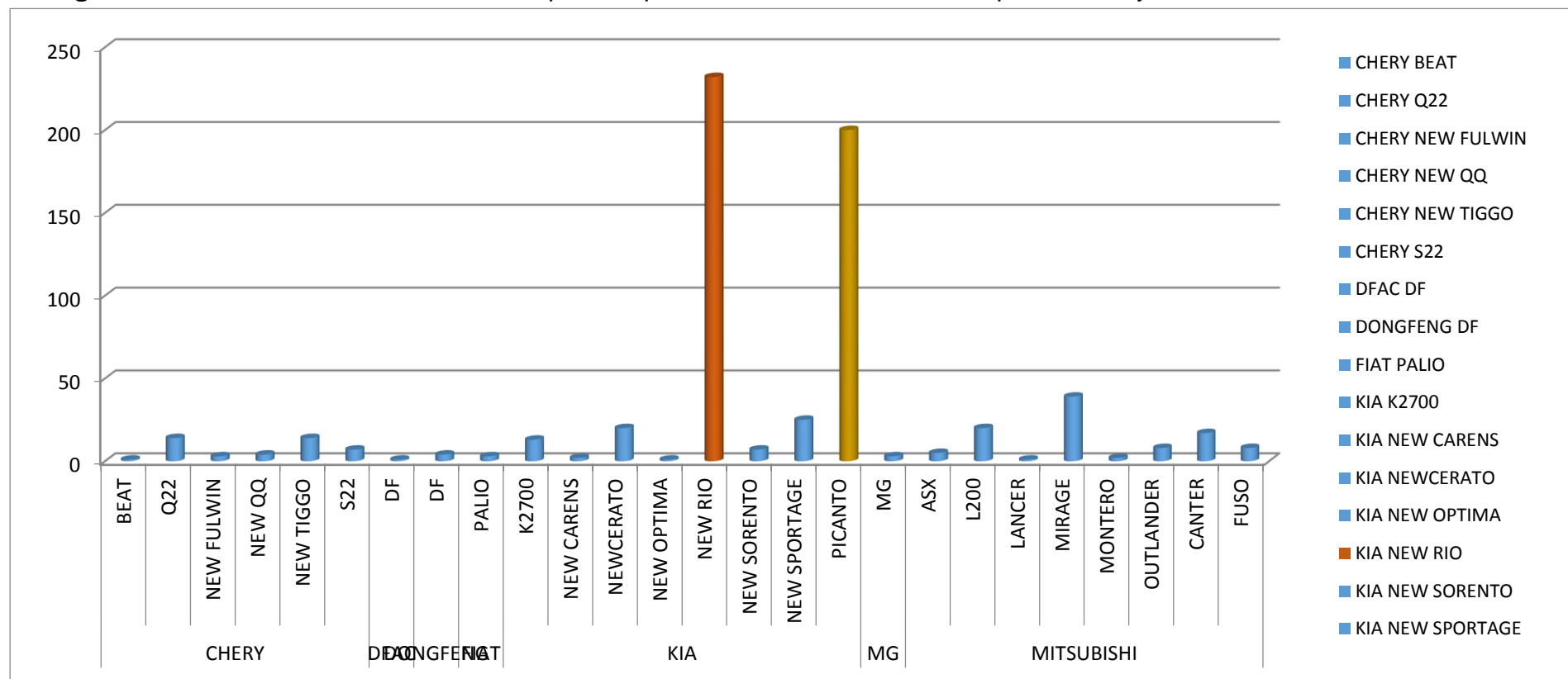


Figura 5.1 La unidad más vendida para el primer trimestre del año 2016 es la New Rio con 232 unidades mientras las más bajas la tuvieron Chery con 1 BEAT, Dong feng con un DF y Mitsubishi una 1 Lancer.

Figura 5.2 Número de unidades vendidas para el segundo cuatrimestre del año 2016 por modelo y marca

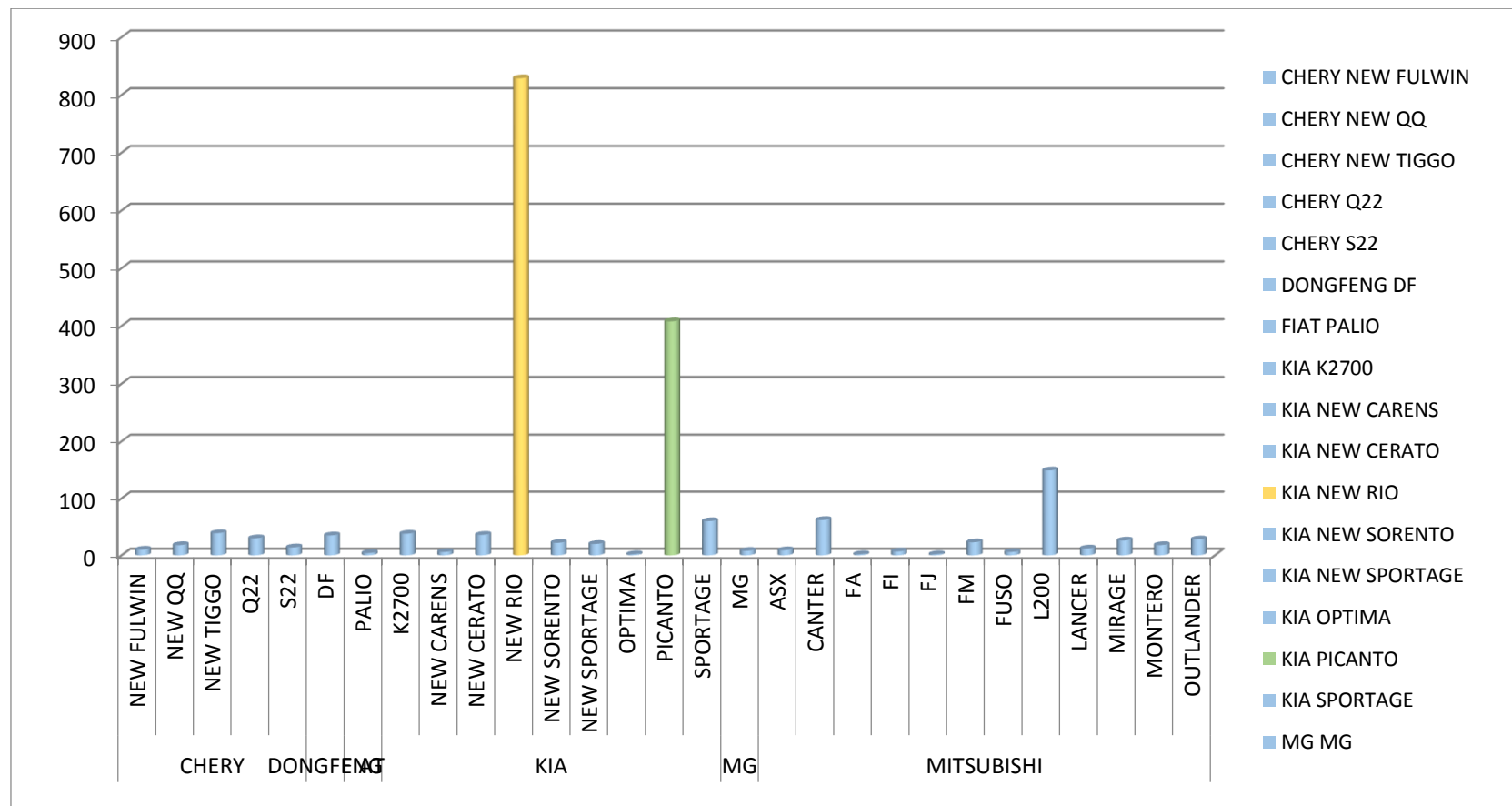


Figura 5.2 La unidad más vendida para el segundo cuatrimestre es la New Rio con 829 unidades fueron pasa la unidades pesadas de Mitsubishi Fuso para los modelos FA y FJ con 2 unidades respectivamente cada una.

Figura 5.3 Gestión de Stock de unidades en Inventario primero trimestre del año 2016

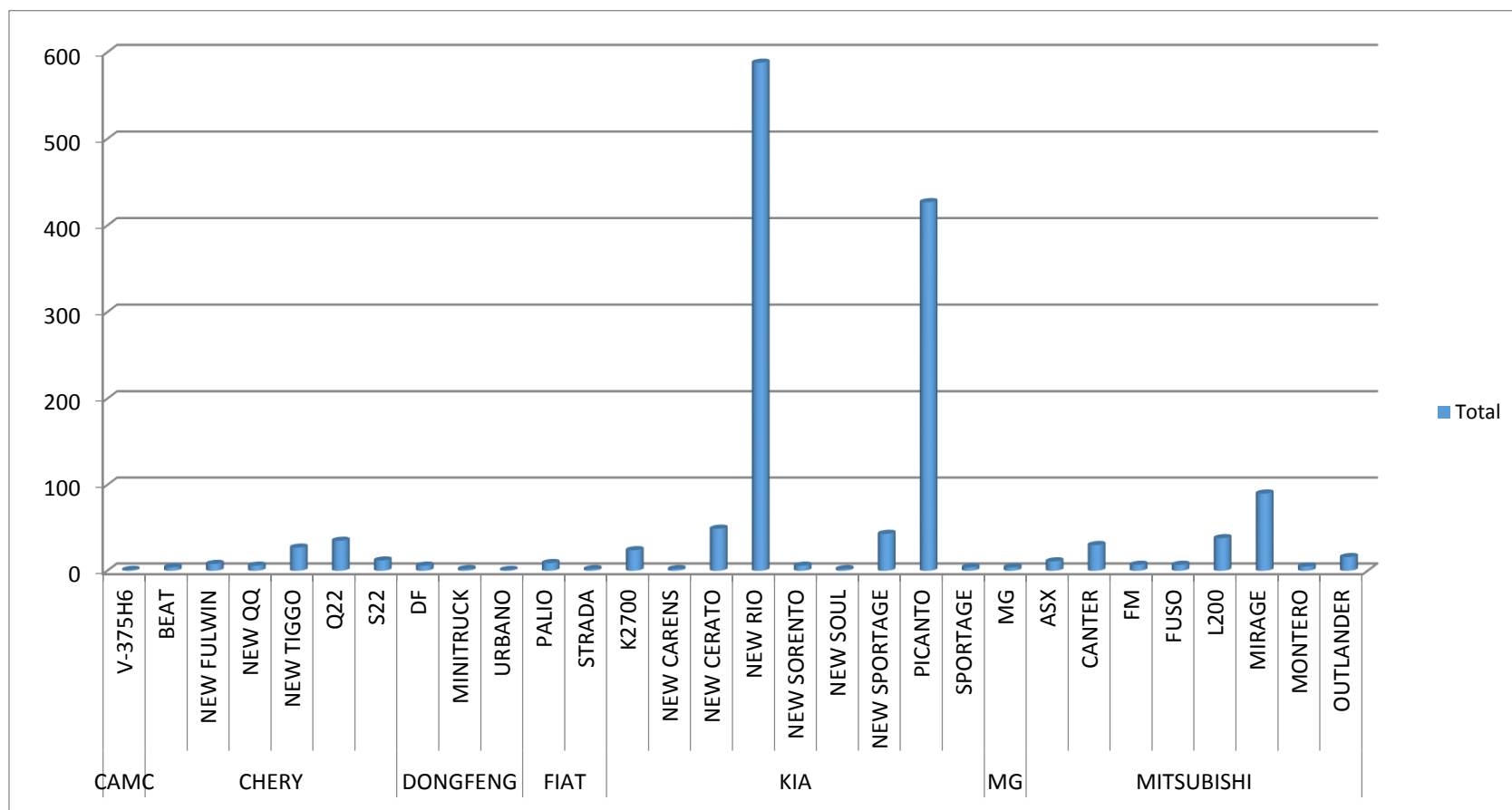


Figura 5.3 La unidad más comprada fue la New Rio con 588 mientras la menos comprada fue una Camc y Urbando de Dong Feng

Figura 5.4 Gestión de Stock de unidades en Inventario segundo cuatrimestre del año 2016

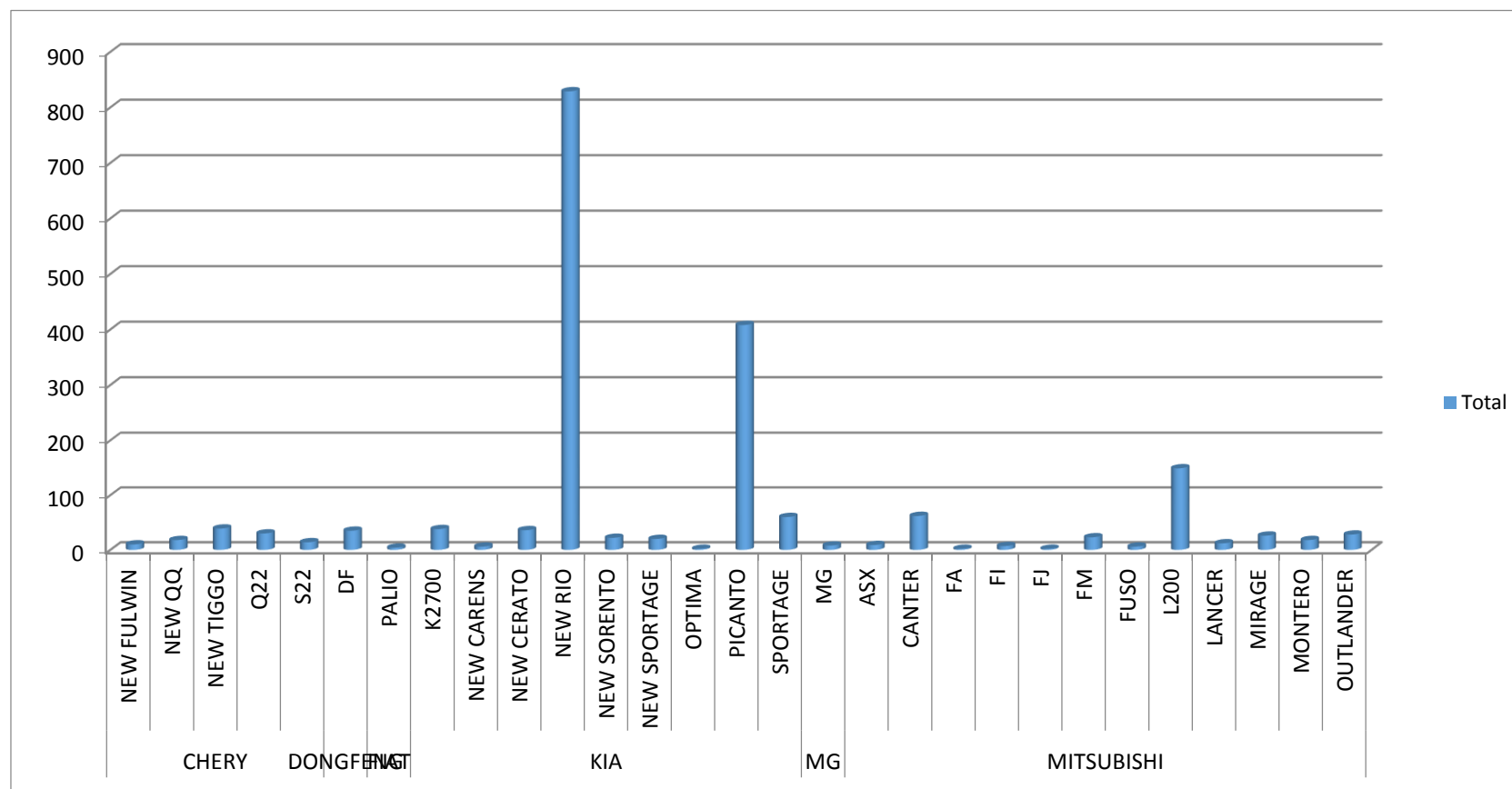


Figura 5.4 El modelo más comprado fue New Rio con 829 y las menos compradas fueron Optimada, FA y FJ de Mitsubishi Fuso con 2 unidades para cada uno de lo que va del año 2016

Tabla 3.11

Diferencias de periodos

Item	Periodos			
	Año 2015 S/.	%	Año 2016 S/.	%
ventas	51.095.399	100%	71.862.518	100%
costo de ventas	45.573.235	89%	65.722.497	91%
Utilidad Bruta	5.522.164	11%	6.140.021	9%
<i>Costos logísticos</i>				
Transporte	85.778	2%	28.021	1%
Mantenimiento de Inventarios	2.776.474	80%	3.765.634	108%
Unidades para preparar	74.540	2%	16.664	0%
Atención al Cliente	477.178	14%	707.064	20%
Otros	69.064	2%	251.588	7%
total costos logísticos	3.483.033	6,8%	4.768.971	6,6%
<i>Utilidad atribuible a la logística</i>	2.039.131	4%	1.371.050	2%

