



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

“Control Logístico y Rentabilidad en tiendas por departamento Distrito
de San Isidro, 2018”

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
CONTADOR PÚBLICO**

AUTOR:

La Rosa Huapaya Gisella Denisse (ORCID: 0000-0002-7777-2661)

ASESOR:

Loo Ayne Enrique (ORCID: 0000-0003-1281-3896)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Auditoría

LIMA- PERÚ

2018

DEDICATORIA

Dedico el trabajo a Dios por sus bendiciones otorgadas a diario para salir adelante y a mis padres por su incondicional apoyo para poder lograr culminar mis estudios a pesar de las adversidades que se nos presentes por el empuje que nos dan tanta fuerza y coraje para culminar nuestros estudios.

A los profesores por guiarnos de manera enérgica y siempre alentándonos a ser mejores dando todas sus enseñanzas y sus conocimientos para que nosotros sigamos investigando, ya que siempre tenemos algo por aprender.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por su infinito amor y misericordia, a mi familia mis padres Rosa, Eugenio que son la fuerza para seguir adelante y el gran soporte para afrontar todas las pruebas que tenga en mi camino, a mis hermanos, mi hijo por su tiempo, comprensión y apoyo incondicional.

A su vez a los docentes de la UCV porque gracias a su apoyo, ideas, sugerencias y correcciones se pudo realizar y llegar a culminar el presente trabajo de investigación.

ÍNDICE

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
ÍNDICE	IV
ÍNDICE DE TABLAS	VI
ÍNDICE DE GRÁFICOS	VIII
RESUMEN	IX
ABSTRACT	X
I.- INTRODUCCIÓN	1
1.1 REALIDAD PROBLEMÁTICA.....	1
II. MARCO TEÓRICO	3
2.1 TRABAJOS PREVIOS	3
2.1.1 <i>Antecedentes internacionales</i>	3
2.1.2 <i>Antecedentes nacionales</i>	6
2.2 TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA	9
2.2.1 <i>Variable Control Logístico</i>	9
2.2.2 <i>Variable Rentabilidad</i>	18
2.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	29
2.4 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO	29
2.5 OBJETIVOS.....	30
2.6 HIPÓTESIS	30
III. METODOLOGÍA	32
3.1 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	32
3.1.1 <i>Enfoque</i>	32
3.1.2 <i>Diseño</i>	32
3.2 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	33
3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	35
3.3.1 <i>Población</i>	35
3.3.2 <i>Muestra</i>	35
3.3.3 <i>Técnica de muestreo</i>	35
3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	36
3.4.1 <i>Instrumento de Recolección de Datos</i>	36
3.4.2 <i>Validez</i>	36
3.4.3 <i>Confiabilidad</i>	37
3.5 PROCEDIMIENTOS.....	39
3.6 MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS.....	39

3.6.1 Distribución de frecuencias.....	40
3.6.3 Prueba de hipótesis.....	40
3.6.4 Nivel de significancia.....	40
3.6.5 Prueba de correlación.....	40
3.7 ASPECTOS ÉTICOS.....	41
IV. RESULTADOS.....	42
4.1. RESULTADOS A NIVEL DE TABLAS DE FRECUENCIA.....	42
4.1.1 Variable 1: Control Logístico.....	42
4.2.2 Variable 2: Rentabilidad.....	58
4.2 VALIDACIÓN DE HIPÓTESIS.....	74
4.2.1 Prueba de Hipótesis General.....	74
3.3 TABLAS CRUZADAS.....	77
V DISCUSIÓN.....	81
VI CONCLUSIONES.....	84
VII RECOMENDACIONES.....	85
REFERENCIAS.....	86
ANEXO.....	90
ANEXO N°1: INSTRUMENTOS.....	90
ANEXO N° 2: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	92
ANEXO N° 3: MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	94
ANEXO N° 4: SOLICITUD DE INFORMACIÓN DE EMPRESAS SAN ISIDRO.....	95
ANEXO N°5: FORMATO DE VALIDACIÓN EXPERTOS.....	96

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Evaluación de Utilidad	25
Tabla 2: Medición de Rentabilidad.....	26
Tabla 3: Definición de Índice de Utilidad.....	26
Tabla 4: Operacionalización de la variable Control Logístico.....	33
Tabla 5: Operacionalización de la Variable Utilidad.....	33
Tabla 6: Cuadro de Operacionalización de Variables	34
Tabla 7: Juicio de Expertos	37
Tabla 8: Tabla de Fiabilidad Alfa de Cronbach.....	38
Tabla 9: Resumen de procesamiento de casos	39
Tabla 10: Estadísticas de Fiabilidad	39
Tabla 11: Se ejecuta una evaluación a los proveedores en cuanto su experiencia en el rubro y logros comerciales comprobables.....	42
Tabla 12: Los operadores de transporte deben ser evaluados y así conocer qué garantías ofrecen como (tiempo, servicio y posibles reclamos)	43
Tabla 13: El centro de distribución de las tiendas se encuentra alejado de los almacenes internos de cada tienda.	44
Tabla 14: Se conoce los gustos y preferencias de nuestro consumidor final....	45
Tabla 15: La compañía tiene que conocer a su consumidor final mediante un estudio de mercado	46
Tabla 16: Para una correcta a la selección de los proveedores considera que es importante tener varias cotizaciones manuales y así evaluar la que mejor se adecue a las necesidades.....	47
Tabla 17: Las operadoras de transporte deben capacitar a su personal de acuerdo al servicio que van a ofrecer.	48
Tabla 18: Los centros de distribución deben estar asegurados para protegerse de cualquier eventualidad.	49
Tabla 19: Para proceder con la selección de proveedores este se debe tener en cuenta un manual de procedimientos y control	50
Tabla 20: Para la distribución de los productos se debe tener en cuenta los productos para decretar su correcta manipulación.	51
Tabla 21: Considera que el intercambio comercial debe representar beneficios tanto para la compañía y el consumidor.	52
Tabla 22: Para ejecutar un intercambio comercial se debe conocer entre las partes los (medios de pago, condiciones de compra y/o venta).....	53
Tabla 23: La satisfacción del consumidor se debe medir con encuestas de servicio.	54
Tabla 24: La satisfacción del consumidor depende del buen servicio de venta y post-venta de ser el caso.	55
Tabla 25: En cuanto a la coordinación de las adquisiciones se debe establecer un cronograma de atención para evitar retrasos de atención y abastecimiento.	56
Tabla 26: Considera importante que la adecuada distribución del producto impactara en la utilidad de la compañía.	57
Tabla 27: El control de costos está asociado a un planeamiento estratégico... ..	58
Tabla 28: En control de ventas debe ser analizado a diario por las tiendas, determinando cuál de ellas no está cumpliendo con la meta establecida	59

Tabla 29: Es importante conocer cuáles son mis costos directos e indirectos para llevar un correcto control de costos	60
Tabla 30: Para ejecutar un control de gastos detallado se debe analizar por cuenta de gasto y no por el resultado total.....	61
Tabla 31: Es importante tener un control de ventas y para ejecutar acciones correctivas en caso haya una pérdida de ventas.	62
Tabla 32: Para analizar el control de gastos se debe tener un presupuesto de gasto anual	63
Tabla 33: El control de gastos sirve para el análisis en los Estados de Alcances	64
Tabla 34: Para el control de ventas la compañía debe establecer metas y propósitos.....	65
Tabla 35: Los recursos materiales que cuenta la compañía son bienes que ayudan para el logro de los propósitos	66
Tabla 36: Para la utilización de los recursos materiales se tiene que tener en cuenta el giro del negocio.	67
Tabla 37: Los recursos financieros decretar la liquidez de la compañía.....	68
Tabla 38: Para llevar un adecuado uso de los recursos financieros se deberá tener en cuenta los alcances de la compañía.....	69
Tabla 39: Para contar con un recurso humano comprometido se deberá capacitar al personal.	70
Tabla 40: Considera que un valor agregado en cuanto al recurso humano es pagarle todos sus beneficios.	71
Tabla 41: El recurso tecnológico ayuda a tener la información en el momento oportuno	72
Tabla 42: Tener un recurso tecnológico integrado ayuda a tener mayor comunicación entre las áreas	73
Tabla 43: Coeficiente de Correlación Pearson	74
Tabla 44: Correlación entre variables Control Logístico y Utilidad.....	74
Tabla 45: Correlación entre variable Control Logístico y dimensión Generar Beneficios.....	75

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Fórmula del Muestreo	35
Gráfico 2: Fórmula del Alfa de Cronbach	38
Gráfico 3: Selección de Proveedores	42
Gráfico 4: Operadores de Transporte.....	43
Gráfico 5: Operadores de Transporte.....	44
Gráfico 6: Consumidor Final.....	45
Gráfico 7: Consumidor Final.....	46
Gráfico 8: Selección de Proveedores	47
Gráfico 9: Selección de Proveedores	48
Gráfico 10: Centros de distribución	49
Gráfico 11: Coordinar las adquisiciones	50
Gráfico 12: Distribución de los productos	51
Gráfico 13: Intercambio Comercial	52
Gráfico 14: Intercambio Comercial	53
Gráfico 15: Satisfacción del consumidor	54
Gráfico 16: Satisfacción del consumidor	55
Gráfico 17: Coordinación de las adquisiciones.....	56
Gráfico 18: Distribución del producto	57
Gráfico 19: Distribución del producto	58
Gráfico 20: Control de Ventas	59
Gráfico 21: Control Costos	60
Gráfico 22: Control de Gastos	61
Gráfico 23: Control de Gastos	62
Gráfico 24: Control de Gastos	63
Gráfico 25: Control de gastos.....	64
Gráfico 26: Control de Ventas	65
Gráfico 27: Recursos Materiales	66
Gráfico 28: Recursos Materiales	67
Gráfico 29: Recursos Financieros	68
Gráfico 30: Recursos Financieros	69
Gráfico 31: Recurso Humano	70
Gráfico 32: Recurso Humano	71
Gráfico 33: Recurso Tecnológico	72
Gráfico 34: Recurso Tecnológico	73
Gráfico 35: Control Logístico y Rentabilidad	77
Gráfico 36: Control Logístico y Generar beneficios	78
Gráfico 37: Control Logístico y Recursos Empleados	79

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “Control Logístico y Rentabilidad en tiendas por departamento Distrito de San Isidro, 2018” se realizó para determinar la relación que existe entre el control logístico y la rentabilidad de las tiendas por departamento del distrito de San Isidro, año 2018.

Por lo cual se planteó analizar la cadena de abastecimiento y distribución por el control logístico y como generar beneficios con los recursos empleados para analizar la rentabilidad. Estableciendo factores que desempeñan un papel determinante en el funcionamiento de la empresa: las relaciones de mercado, los competidores (existentes o posibles) factores tecnológicos.

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo de nivel básico, tipo correlacional de diseño no experimental y de corte transversal, cuya población estuvo determinada por las empresas de tiendas por departamento del distrito de San Isidro, en cuanto a la muestra esta se determinó mediante la fórmula de muestreo aleatorio que resulto a evaluar un total 30 encuestados. Las preguntas realizadas en las encuestas fueron sometidos a la validación de juicio de expertos; los cuales se evaluarán en base a la escala de Likert; en tanto las respuestas se sometieron a validación mediante la técnica Alfa de Cronbach para determinar la validez y confiabilidad de los resultados.

Palabras Clave: Control Logístico, Rentabilidad, Empresa

ABSTRACT

The present research work entitled "Logistic Control and Profitability in Department Stores San Isidro District, 2018" was carried out to determine the relationship between logistics control and profitability of the department stores of the district of San Isidro, 2018.

Therefore, it was proposed to analyze the supply and distribution chain by logistic control and how to generate profits with the resources used to analyze profitability.

Establishing factors that play a determining role is the operation of the company, that is: market relations, competitors (existing or possible) technological factors.

The present investigation has a quantitative approach of basic level, correlational type of non-experimental and cross-sectional design, whose population was determined by the department store companies of the district of San Isidro, as for the sample this was determined by the formula random sampling that resulted in evaluating 30 respondents. The questions asked in the surveys were submitted to the validation of expert judgment; which will be evaluated based on the Likert scale; while the answers were submitted to validation using the Cronbach's Alpha technique to determine the validity and reliability of the results.

Keywords: Logistic Control, Profitability, Busines

I.- INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática

La compañía ha tratado de decretar que los bienes y/o servicios conseguidos tendrán un impacto significativo en la utilidad de la compañía, ya sea en el corto, mediano o largo plazo, de acuerdo con ciertas medidas y/o capacidades formuladas por cada uno.

Al no poder identificar los procesos que afectan el control logístico, el control logístico puede fallar debido a la falta de planes de adquisición, entrega a los consumidores y requisitos innecesarios sin el apoyo adecuado. Para ello, analizamos la utilidad de las tiendas departamentales en San Ysidro en 2018; si se identifican algunos inconvenientes, como: solicitar sin orden de compra, no ingresar documentos en el mes correspondiente, y mantener no facturados los costos de preparación tienen impacto en la revisión de los estados financieros, haciéndola comparable entre períodos.

Por esta razón, se cree que el control logístico dentro de la organización es importante porque puede ganar una ventaja competitiva, ya que con la aparición de estas nuevas oportunidades de ganancias (mejora en la etapa de inventario), eficiencia (mejora en la etapa de inventario) distribución de la cadena y diferencias a los consumidores. Por este motivo, la logística no debe describirse como una superficie, fragmento de la compañía, sino como una superficie autónoma. Además, debe verse como una superficie que proporciona la transferencia de información y la integración de procesos y recursos. Productos requeridos por el mercado, en el lugar adecuado, a un precio razonable.

Sin embargo, numerosas compañías no cuentan con áreas de control logístico, lo que se traduce en la imposibilidad de obtener información detallada en el momento adecuado, lo que genera retrasos ante cualquier solicitud de información, debido a que estas áreas no están integradas y causan pérdidas a la compañía.

Por tanto, podemos señalar que, para lograr correcto control logístico para todas las compañías, primero debemos analizar la cadena de suministro y la

cadena de distribución, porque esto afectará directamente las derivaciones de las sistematizaciones de la compañía, es decir, aumentar las ventas, pero Sepa que Optimum debe tener un proceso de planificación eficaz, que permitirá a la compañía reunirse con consumidores y proveedores. Cabe señalar que el sistema de indagación y control de la asociación debe ser paralelo al establecimiento de metas y la medición de alcances a corto, mediano y largo plazo.

La meta debe mantener una coherencia razonable entre la meta y el resultado a través de información rápida e interacción personal, y el proceso de observación debe ayudar al flujo bidireccional de información. En cualquier caso, si no existe un sistema de confrontación regular, existe el riesgo de que una gran parte del valor de incentivo de la compañía no se entienda y se pierda, como por ejemplo no alcanzar el propósito; si la información se comunica a tiempo, será no debe considerarse como un mal funcionamiento. Aceptable significa que no se puede alcanzar la meta a tiempo, e inaceptable es que la notificación sea demasiado tarde para tomar una decisión correctiva.

La designación del área de logística en la compañía como entidad autónoma es efectiva porque promueve la información e integra los procesos y recursos de producto requeridos por un mercado específico, y evalúa la clase social en el lugar adecuado a un precio justo. Debido a este costo adicional, muchas compañías no poseen un área de control logístico, lo que se traduce en la imposibilidad de llevar y poseer información detallada sobre adquisiciones o mal análisis de cuentas, lo que puede generar obligaciones innecesarias, afectando la ganancia de la asociación y aumentando los gastos.

La constitución de una asociación es perseguir la utilidad, y debemos considerarla como una instrumento de medición de la eficiencia más que de los alcances, se fundamenta en la toma de disposiciones de la dirección.

La indagación ejecutada se concentra principalmente en el control logístico y la búsqueda de ganancia de la tienda departamental San Isidro, 2018.

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Trabajos Previos

Con el fin de tener un mayor alcance y variables básicas de indagación se han ejecutado experimentos propuestos por diferentes investigadores, en mi opinión lo he utilizado como referencia.

2.1.1 Antecedentes internacionales

Morales (2015) *La logística Empresarial y la Utilidad de la Distribuidora Dimar. Ecuador.*

El propósito es evaluar la logística comercial de Distribuidora Dimar en la ciudad de Ambato en 2013 y su impacto en la utilidad para mejorar las políticas y operaciones de control de inventarios.

Como método de indagación, es un tipo relacionado porque permite vincular las variables investigadas y comprender su comportamiento, si se relacionan con otros componentes, las técnicas y instrumentos de recopilación de antecedentes serán a través de encuestas por cuestionario.

Como conclusión, podemos inferir que, al evaluar la utilidad de Distribuidora Dimar, se puede decretar que existe una gran cantidad de inventario, debido a que el pedido del proveedor se ha duplicado y el tiempo para recibir la mercancía es mayor, provocando carencia de consumidores. Es así como se establecen los componentes de éxito o fracaso en la gestión de la compañía.

Jumbo (2013) *Análisis de Utilidad Económica y Financiera en la Cooperativa de Ahorro y Crédito 27 de abril de la Ciudad de Loja. Ecuador.*

El propósito es analizar la utilidad económica de las cooperativas de ahorro y crédito "27 de abril" en Loja de 2010 a 2011, para comprender la gestión de los recursos financieros y el progreso de las diligencias diarias, por lo que esto solicita un rastreo incesante hasta confirmar el nivel de desempeño y los alcances alcanzados mediante la indagación.

El método utilizado en este estudio es la ejecución de estadísticas a través de encuestas a través de cuestionarios, lo que permite tabular e interpretar los alcances alcanzados a través de encuestas a directores de cooperativas, y permite la visualización gráfica para ilustrar en detalle el diagnóstico.

Como conclusión, se determinó que la cooperativa no analizó la utilidad económica y financiera, lo que derivó en la torpeza de su desempeño de liquidez, y por lo tanto no pudo comprender con precisión el estado actual de la entidad, por lo que quedó en manos de su gerente. para tomar la decisión.

Espin (2014) *Gestión Logística de Inventarios y su utilidad en la farmacia popular N° 1 de la Ciudad de Ambato. Ecuador.*

El propósito es mejorar la utilidad de las farmacias populares 1 mediante el estudio de la gestión logística del inventario a través del sistema de control. La metodología es parte del análisis y crítica de las técnicas empleadas en la indagación.

El trabajo presentado es de naturaleza cuantitativa, pues se encarga de estudiar y cuantificar el número, valor, objeto, volumen y unidad de la compañía. Para la recopilación de antecedentes, la encuesta se utilizará a través de cuestionarios encuestas de preguntas, estas preguntas no serán de utilidad para el asunto a investigar, y servirán de apoyo, pero no entorpecerán la indagación.

De los alcances se puede deducir que el establecimiento de un sistema de logística de repertorios, teniendo en cuenta que el personal debe estar apto, debe ser cauteloso a la hora de ampliar productos.

La logística de inventarios en las farmacias ayudará a mejorar la comercialización de los medicamentos y su distribución en estanterías y almacenes, a fin de ubicar los medicamentos y productos a la venta de manera oportuna.

Serrano (2016) *La gestión de logística de Inventarios en la compañía Calmetal S.A. Guayaquil.*

Su propósito general es evaluar la gestión logística y su impacto en los alcances generales de las decisiones. Los propósitos específicos son: describir el control de su inventario actual de materiales y productos básicos, evaluar el inventario relacionado con su planificación, control y gestión, y analizar el inventario del sistema de inventario logístico Estrategia de control.

Luego del desarrollo del proceso de indagación y recopilación de antecedentes, se concluye que aún existen deficiencias en el campo logístico, debido a que los bienes adquiridos necesitan tiempo para colgar de acuerdo a su período de vigencia. Varios artículos se han almacenado en el sótano durante mucho tiempo. Falta de comunicación organizacional entre campos relacionados.

Carpio, Díaz (2016) *Propuesta para mejorar la utilidad de la Compañía Corpevin S.A Ecuador.*

El propósito del trabajo es probar la utilidad de Corpevin S.A. Propósitos específicos: Analizar el costo de los materiales de construcción, comparar los productos importados con los nacionales, decretar la diferencia en el costo de la construcción y buscar nuevas sugerencias de los proveedores. Implementar varias estrategias para reducir los precios de cimentación mediante productos y suministros alternativos.

Finalmente, se observa que el reemplazo de materiales, significará mayores márgenes de ganancia, lo que obviamente depende de los deleites y preferencias de cada consumidor que esté atraído en comprar una casa en un área de interés para la familia.

Párraga, Zhuma (2013) *Análisis Financiero de la Utilidad que alcanza la ferretería y pinturas comerciales unidas para la obtención de préstamos. Ecuador.*

El propósito es decretar la utilidad de los préstamos percibidos mediante el estudio de estados financieros con el fin de predecir el crecimiento económico de United Commercial Hardware and Paint.

Se desplegará un bosquejo de indagación cualitativa y cuantitativa, en el cual se utilizarán diversos instrumentos para ayudar a observar las variables que aparecen en el planteamiento del problema, y técnicas de aplicación como encuestas proporcionarán respuestas de los miembros de ferreterías y revestimientos comerciales ".

Este tipo de indagación de bosquejo no experimental tiene direcciones transaccionales: exploratoria, descriptiva y relevante. La transacción o dirección horizontal es el estudio de la recopilación de antecedentes en un solo momento, cuyo diseño es escribir variables y sus relaciones en un solo momento.

Como conclusión, la mayoría de los interrogados acordó otorgar crédito. Indica que la indagación es factible, pues el 56% de los interrogados respondió que el otorgamiento de crédito tiene grandes beneficios económicos.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Díaz y Aguilar (2016) *Efecto de la Gestión Logística en la Utilidad de la Compañía productora y Comercializadora de Alimentos Ninalac SAC. Del distrito de Tongod – Cajamarca 2015.*

El propósito de este estudio es decretar el impacto de la gestión logística en la utilidad de la compañía de producción y comercialización de alimentos Ninalac SAC.

El tipo de indagación de correlación, porque este tipo de indagación posee como propósito comprender la correlación o el nivel de sociedad de uno o más conocimientos, condiciones o variables en una muestra específica. Como población se considera al personal administrativo y de producción de la compañía, y para ello se considera al personal gerencial y al personal gerencial general del área de logística.

Como resultado del análisis y diagnóstico del proceso logístico de NinaLac SAC, se concluye que NinaLac SAC no ha ejecutado una adecuada gestión logística durante sus operaciones, lo que se debe a la gestión actual provocada por la identificación de costos innecesarios. La atención se centra en los costos innecesarios en el suministro de materias primas.

Flores (2014) *La Gestión Logística y su influencia en la Utilidad de las compañías especialistas en Ejecución de campamentos para el sector Minero en Lima Metropolitana.*

Su principal propósito es decretar las áreas donde se ejerce el control logístico en la utilidad de las sociedades especialistas que acampan para la Industria Minera Metropolitana de Lima.

En resumen, se puede decir que un porcentaje razonable de los procesos de aprovisionamiento y adquisiciones de la compañía son imperfectos, porque estos procesos no son fáciles de identificar, lo que conduce a la improvisación, lo que genera reportes innecesarios e infundados de los beneficiarios, lo que tiene un impacto negativo en la compañía. Debido a la pérdida de utilidad económica.

León, Neira (2017) *Control Interno en la Gestión del Área Logística de la Compañía Avícola Avinka S.A. Callao.*

Su principal propósito es decretar el hecho de la gestión del control logístico de Avícola Avinka SA y mejorarla a través del control interno para que opere con fluidez y responsabilidad para asegurar el propósito de proteger la mercancía con la máxima seguridad. Fiabilidad de recursos, operaciones, políticas, regulaciones y operaciones.

En cuanto al método utilizado, el espécimen de estudio es relevante porque explica la correlación de variables, en este caso la relación o superposición de controles internos en la gestión logística de Avícola S.A. El bosquejo es no empírico porque las variables no han sido manejadas. En cuanto a la instrumento, se utilizan encuestas válidas y confiables.

En definitiva, si no existe un proceso de control logístico, se pueden minimizar los accidentes y se pueden reducir los defectos y debilidades en los procesos de aprovisionamiento, recepción, codificación y almacenamiento. No se puede avalar la efectividad y eficiencia de tecnologías en el área logística.

Lozano, Tenorio (2017) *Propuesta de Sistema de Control Interno en el área de Logística de la Compañía Corporación Selva Verde SAC. Tarapoto.*

Su propósito es evaluar el sistema y analizar de forma exhaustiva el espacio donde no es propósito a la hora de ejecutar el seguimiento y la supervisión del control logístico. A través de sus procesos y políticas establecidos en la entidad.

El arquetipo de bosquejo es no empírico, se ejecuta sin manipulación deliberada de variables, para el bosquejo de instrumentos de indagación el instrumento utilizado es un cuestionario, que nos permite obtener información a partir de las preguntas planteadas.

En resumen, podemos deducir que no existe una política de adquisiciones concreta, base de antecedentes de proveedores, detalles de costos del servicio de traslado, acumulación y comercialización, lo que lleva a que las entidades identifiquen las debilidades y las conviertan en ventajas, logrando así confiabilidad de los alcances.

Cruzado (2015) *Ejecución de un sistema de control interno en el proceso logístico y su impacto en la utilidad de la Constructora Rio Bado SAC en el año 2014.*

El propósito de este estudio es decretar el impacto del régimen de control logístico en la utilidad de la Constructora Rio Bado S.A.C.

El bosquejo es no experimental y transversal, en cuanto a tecnología, procedimientos e instrumentos, el cuestionario se utiliza a través de encuestas basadas en propósitos de trabajo.

En definitiva, mencionó que la ejecución del sistema de control logístico incidió favorablemente en la utilidad de la constructora Rio Bado

S.A.C, pues afectó y provocó pérdidas en el área logística de hasta en 2013. S/.119, 025.00 Por lo tanto, con la ejecución del sistema de áreas logísticas se ha ganado el favor de los beneficiarios de Aproximadamente S/.58,677.00.

De esta forma, se puede entender que, si bien la ejecución del régimen de control interno ha producido beneficios, las pérdidas se reducirán regularmente, pues con este sistema de control interno, la gestión del área de logística sería efectiva (se impedirán malversaciones, la acumulación de formularios se optimizará correctamente y se evitarán pérdidas) Y podrá controlar mejor al personal de logística.

2.2 Teorías Relacionadas al Tema

2.2.1 Variable Control Logístico

Sabemos que, en el proceso de desarrollar negocios para generar utilidad, las compañías generarán algunos negocios, provocando que generen cuentas por pagar, y en la medida en que tengan mayor control sobre los recursos, cumplirán dentro del plazo correspondiente. El control logístico proporciona la información necesaria para ello y asevera el mejor desempeño de acuerdo con las políticas y / o normativas de la compañía.

2.2.1.1. *El Control de Logística*

Mora (2016) Hoy en día, la gestión logística ocupa una ventaja comercial y está llena de adelantos especializados para ganar mayor capacidad y necesidades de los consumidores. Esto hace que las compañías sean más fructíferas y eficaz en los diferentes métodos de su cadena de suministro, logrando así la competencia. (p.10).

Gajardo (2012) Es transcendental asegurarse de que, para una gestión logística eficiente, los almacenes son la parte básica y se consideran el motor del proceso. (p.18).

Palomino (2013) Es la base de la cadena de suministro, desde la compra de materias primas hasta el consumo o uso de productos. Como función principal, la logística debe proporcionar productos

precisos y cantidades suficientes en el tiempo especificado y tiempo necesario de acuerdo con los requisitos (p.5).

Según Ramírez (2014) La logística tiene como propósito gestionar eficazmente el movimiento de productos, la adquisición, el almacenamiento y el control de inventarios, así como la entrada de investigación relacionada a través de la compañía y sus canales de repartición guiados, de manera de maximizar la utilidad actual y futura en términos de costos y beneficios. (p.13)

Según Carreño (2010), Señalar que la logística conecta a la compañía con los consumidores a los que se debe entregar el producto. Los fabricantes, así como los proveedores, proveedores proporcionarán a la compañía los materiales necesarios para las operaciones. Entonces, la logística es el vínculo entre la compañía y el mercado. (p.20)

2.2.1.2 Orígenes de Logística

Para Mora (2016) La relación entre la logística y los recursos de aprovisionamiento y suministro que se requieren para conseguir los propósitos propuestos. Los ingenieros logísticos de la compañía son los encargados de coordinar la gestión de suministros y materiales, e informan constantemente sobre los recursos de su ejército, luchan sin esfuerzo y utilizan todos los instrumentos para lograr los propósitos marcados. Actualmente, el término no se modifica porque es parte de una compañía con más suministros y consumidores.

Un ejemplo alegórico de este evento es la formación de compañías multinacionales cuyo propósito es brindar recursos, producir y entregar productos a diferentes países. La década de 1970 tuvo una gran influencia en el desarrollo de la logística.

Actualmente, los esfuerzos globales de estas entidades están dirigidos a:

Recurso (energía) permanente y de bajo costo en el mundo.

El crecimiento de la compañía siempre ha sido favorable.

Los determinantes de las ventas y los beneficios son las altas exigencias.

2.2.1.3. Importancia de la logística.

Guevara y Quiroz, (2014). La trascendencia radica en la perfección del servicio brindado por la compañía al consumidor final, la exigencia de actualizar la fase de marketing y reducir el precio de traslado. Se fragmenta en prontitudes, como:

Incrementar las líneas de producción.

La eficiencia de elaboración ha alcanzado un alto nivel.

La cadena de repartición debe conservar cada vez menos repertorios.

Desarrollo de sistemas de información.

El uso de estos anticipos dentro de la compañía obtendrá los siguientes bienes:

Mejorar la competitividad y el desempeño de las entidades para conseguir los propósitos marcados por la globalización

Mejorar la gestión de compañías locales e internacionales.

Utilizar la visión de gestión para transformar la logística en prototipos para ejecutar la programación de las diligencias internas y externas de la sociedad.

La definición logística señala que el producto consigue su valor cuando se recibe de forma apropiada, y se entrega a los consumidores en un tiempo reducido para reducir costos y generar ganancias.

La logística es una función no disciplinaria relacionada con todos los departamentos de la compañía, desde la planificación de compras hasta la prestación postventa; esto conduce al suministro de materias primas; programación y gestión de la elaboración; inventario, empaque, empaque, entrega, flujo de información y transporte. recopilación, uso y manejo.

A través de la logística, el producto final, la idea del consumidor y el sitio se combinan de manera precisa y perfecta en el menor tiempo posible.

Por tanto, la logística se define como un prototipo, no una actividad funcional, porque es un dispositivo que accede planificar, no una ocupación operativa.

Este es un método que le admite reducir la indecisión y considerar los instrumentos que está a punto de utilizar.

El valor del movimiento se refiere en el sentido de que requiere que la compañía brinde el mejor servicio al consumidor, optimice la fase de marketing y logre el transporte a un costo menor.

2.2.1.4 Componentes de la logística

Mora (2016) Consiste en labores que se repiten a lo largo del juicio de suministro, desde el momento en que la materia prima se transforma en el producto final del consumidor.

Es por eso que la fuente de materias primas, el punto de venta, etc. No están en la misma zona, el canal simboliza una serie de pasos de fabricación y la mayor parte del tiempo la acción logística se lleva a cabo antes de que el producto consiga al mercado.

2.2.1.5 El Ciclo Logístico

López (2012), exterioriza que, Las tres labores significativas que producen el vínculo logístico son:

2.2.1.5.1 Ciclo Aprovisionamiento (Abastecimiento)

Se refiere a los procedimientos relacionados con el suministro de instrumentos y materiales para que puedan ser utilizados en todas las etapas de la producción de la compañía. Mediante la gestión de este ciclo se puntualiza la responsabilidad de tiempo total obtenido, combinado con la verificación de inventario, trámite de pedidos, tiempo de liquidación del producto final, gestión de adquisiciones, gestión de recepción, hasta el final de uso o tiempo de transmisión del producto.

Escudero (2014) La adquisición oportuna es un concepto introducido por la industria japonesa: considere comprar los productos necesarios para satisfacer las necesidades inmediatas. Esta tecnología es común entre las compañías de automóviles que necesitan suministrar continuamente materiales de almacenes externos u otros fabricantes.

Por otro lado, el tamaño de los camiones está aumentando porque las compañías necesitan vehículos grandes para aprovechar mejor su capacidad y reducir los costos de transporte.

2.2.1.5.2 Ciclo de Producción

Gestionar y ejecutar varias operaciones de fábrica. Emprende con la elaboración de una orden de elaboración y finaliza cuando el elemento terminado se pasa al depósito de producto terminado.

2.2.1.5.3 Ciclo de abastecimiento y distribución física

Se parte de la recepción del producto terminado y prolonga con las etapas de caracterización, registro, posicionamiento, protección y control, su propósito es dejar el beneficio vacío en el depósito cuando sea necesario.

2.2.1.6 Cadena de Suministros

Carro, Gonzales (2015) El término cadena de suministro proporciona una imagen de la forma en que una organización se conecta entre sí. Si partimos del departamento de compras y analizamos desde el lado de la acogida, se aguza que la compañía posee una gran cantidad de proveedores, o no depende de cada proveedor, y a su vez, tiene su propia serie de proveedores, etc.

El propósito de la misión de la cadena de abastecimiento es reducir su incertidumbre y riesgo, teniendo así un impacto positivo en el nivel de servicio del consumidor final. La atención se centra en optimizar el sistema. Utilice bases de antecedentes públicas para desarrollar pronósticos en información general del plan.

Por lo tanto, el plan maestro es un plan que establece límites y guía la formulación de planes de repertorio, a partir de los cuales se pueden decretar en detalle los planes de mano de obra y equipos.

Las disposiciones que se tomen en cualquier nodo de la cadena de suministro afectarán a otros nodos de la cadena. Las cosas no sucederán automáticamente y deben planificarse para que haya suficientes personas, materiales y tiempo para cumplir con los requisitos.

2.2.1.7 Actividades de Logística

2.2.1.7.1 Proceso de Aprovisionamiento

López (2014) Esta actividad incluye el pedido, transporte y almacenamiento de materias primas y otros suministros necesarios para iniciar el proceso de producción. Por lo tanto, el departamento debe obtener suministro en condiciones más favorables y evitar en la medida de lo posible atrasos de inventario.

2.2.1.7.2 Proceso de Producción:

Gestionar las sistematizaciones de elaboración en desemejantes fábricas.

2.2.1.7.3 Proceso de distribución

Las tecnologías logísticas empleadas en el suministro y la repartición son muy equivalentes. Por ello, la logística comercial procura integrarlos y aportar un alto nivel de elasticidad y apresuramiento de contestación a la demanda de los vendedores.

2.2.1.8 Cadena de Abastecimiento

Rodríguez (2018) Una sucesión de diligencias encauzadas a asegurar la entrega de materiales de referencia y cantidades requeridas de materias primas, productos semiacabados y equipos requeridos por la compañía en las mejores condiciones de costo. Ejecutar este proceso significa definir políticas de suministro (técnicas de gestión de suministro,

plazo de entrega, gestión del transporte ascendente, establecimiento de redes de proveedores, sistemas de información) (p.311)

2.2.1.8.1 Selección de Proveedores:

Mora (2015) El estudio y elección de proveedores es uno de los proveedores y uno de los métodos clave en la distribución porque forja y conserva su idoneidad. Hay cuatro resúmenes que constituyen el enfoque vital del estudio y elección de proveedores, los cuales se detallan a continuación: Caracterización, recomendación y racionalización de pedestal de proveedores: enunciación de escaseces de la compañía, transformación de expedientes de proveedores solicitados, caracterización de proveedores permisibles, seguimiento de enunciación evaluar y decretar indicadores de gestión. (p.44)

2.2.1.8.2 Operadores de Transporte

En resumen, expresaremos que la ocupación de carga maneja todas las diligencias concernientes directa o indirectamente con la escasez de colocar el producto en el punto de llegada correspondiente de acuerdo con las condiciones de seguridad, prestación y precio.

Una adecuada gestión del operador de transporte obliga al responsable no solo a participar en las tareas del día como de costumbre, sino también a participar en los planes estratégicos y tácticos de la compañía para adecuar los recursos a sus necesidades en el corto y largo plazo. (p.136)

2.2.1.8.3 Centro de Distribución

Mora (2015) Se define como un espacio de planificación para el posicionamiento, mantenimiento y operación de bienes y materiales.

Hay dos funciones principales en esta definición: almacenamiento y manipulación de materiales. La función del centro de distribución de la empresa depende del tipo de empresa. En algunos casos, se convierte en un punto de canal donde el flujo de material se desglosa de las unidades de empaque para entregar la cantidad que el consumidor necesita.

También es necesario entender que las operaciones físicas que se despliegan en el asunto de almacenaje son: aceptación, almacenaje, preparativo de pedidos y envío. (p.100)

2.2.1.8.4 Consumidor Final

Un individuo u organización que utiliza efectivamente un determinado producto o servicio y proporciona un determinado bien. Estos son los consumidores a los que apuntan los anunciantes en sus campañas publicitarias en los medios de notificación.

La discrepancia entre consumidores finales y consumidores es que los primeros pueden adquirir productos o disfrutar de servicios, pero no requieren consumo. El mejor ejemplo es la ropa infantil. El padre es quien lo compra, pero el consumidor final es el niño. En resumen, estamos hablando de la persona que finalmente utiliza el producto o servicio.

2.2.1.9 Cadena de Distribución

Mora (2015) Una serie de actividades requeridas por los consumidores y/o consumidores finales para garantizar que las entidades de producto terminado requeridas se entreguen en las mejores condiciones de costo. Ejecutar este proceso significa definir políticas de distribución (técnicas, gestión de inventario de producto terminado, plazo de entrega, gestión de transporte aguas abajo, subcontratación a proveedores de servicios logísticos).

2.2.1.9.1 Coordinar las adquisiciones

Es el costo de comprar inventario y es igual al precio unitario de la cantidad comprada.

El precio de compra o el costo de compra pueden no estar relacionados o estar relacionados con la cantidad comprada en cada período. Si obtenemos un descuento por volumen de compra, el costo de compra dependerá de la dimensión del pedido.

El coste es una locución económica del valor de un artículo. En las mismas condiciones, el precio se convierte en el factor decisivo porque puede ahorrar mucho dinero.

2.2.1.9.2 Distribución del Producto

Desde una perspectiva logística, la gestión de la distribución representa el vínculo donde una compañía debe poner sus elementos en el comercio.

La complicación de la malla de repartición depende inevitablemente del entorno del ejercicio, las peculiaridades de proveedores, los tipos de productos proporcionados y los servicios que pretendemos brindar a los consumidores.

2.2.1.9.3 Intercambio Comercial

Definicion.com (2011) Las transacciones comerciales son transacciones económicas que se han perfeccionado desde principios de varios siglos, desde la manifestación del ser humano en la tierra. En la actualidad, estos intercambios se han desarrollado mucho, porque las transacciones globales se pueden ejecutar en cualquier lugar del planeta, lo que era inimaginable hace muchos años. Es necesario considerar la suma de las diversas posibilidades que puede brindar una región y la combinación de los elementos resultantes para crear un clima perfecto para la negociación. Muchos productos y servicios necesarios para nuestra vida diaria solo pueden ejecutarse a través del libre comercio global.

2.2.1.9.4 Satisfacción del Consumidor

Iglesias (2016) El grado de prestación al consumidor está derechamente concerniente con la gestión y virtud de la sucesión de abastecimiento: flujo de indagación, flujo de material y flujo de producto. Cuanto más eficaz sea la gestión de la sucesión de abastecimiento, mayor será el valor de los servicios prestados a los consumidores.

El servicio al consumidor juega un papel importante en el desarrollo y mantenimiento de la lealtad y satisfacción del cliente, siendo el servicio al

consumidor una de las actividades estratégicas fundamentales de la empresa.

El sistema de logística eficiente y flexible puede proporcionar un servicio al consumidor de alta calidad y es considerado un valor agregado por los consumidores.

2.2.2 Variable Rentabilidad

2.2.1 *Introducción*

A partir de mediados de la década de los ochenta, se iniciaron una serie de estudios para explorar los determinantes de la utilidad del sector empresarial y su importancia relativa para explicar dicha utilidad. Esta serie de estudios se basa en descomponer la variabilidad de la utilidad de una unidad de negocio en el impacto de las características de la unidad. El propósito explicado por la singularidad de la unidad de negocio se denomina "efecto de compañía", y el propósito explicado por la industria o mercado de la unidad de negocio se denomina "efecto de industria". (Tarziján 2013).

Ccaccya (2015) La cognición tácita para emprender cualquier negocio es generar utilidades o utilidades, generalmente las utilidades se miden por la diferencia entre los ingresos y los costos generados por las actividades operativas al final del año. Sin embargo, esto no explica mucho, porque es muy importante evaluar la eficiencia del uso de recursos y la inversión, lo que conduce a un análisis de la utilidad de la compañía.

Esto se mide mediante algunos indicadores o ratios. Estos indicadores o ratios serán el tema de este artículo y proporcionarán una descripción general para una mejor comprensión.

2.2.2 *¿Qué es la utilidad?*

Ccaccya (2015) La utilidad es un concepto que se aplica a cualquier actividad económica en la que se movilicen medios materiales, humanos y / o financieros para obtener determinados alcances. Desde esta perspectiva, la utilidad de la compañía se puede evaluar comparando el resultado final con el valor de los medios utilizados para generar los

ingresos. Sin embargo, la capacidad de generar utilidades dependerá de los activos de que disponga la compañía en la ejecución de sus operaciones, financiados con recursos propios aportados por los accionistas (patrimonio) y / o terceros (deuda), que implican algunas oportunidades de costos por escasez. de recursos Principios y considerados en la evaluación.

De esta forma, representa una medida de la eficiencia o productividad de los fondos utilizados en el negocio para asegurar el incremento de valor y su continuidad en el mercado. Esto significa que, si tiene que utilizar muchos recursos para obtener un beneficio elevado, no importa. Por lo tanto, cuanto mejor es la inversión, mayor es la renta que genera y menos recursos necesarios para obtener la renta. (p.1)

Zamora (2016), señala: La utilidad es la relación entre la ganancia y la inversión necesaria para obtener la ganancia, porque mide la efectividad de la gestión de la compañía, que se expresa como la ganancia obtenida de las ventas y el uso de la inversión, y su categoría y regularidad son las tendencias de los ingresos. A su vez, estos beneficios son las conclusiones de la autoridad competente, la planificación integral de costos y gastos y, en general, el cumplimiento de las medidas encaminadas a la obtención de beneficios.

Gitman, Chad (2016), Mención: La utilidad es una medida de la relación entre los rendimientos de la compañía y las ventas, los activos o el capital. Esta medida permite evaluar las ganancias de la compañía en un nivel dado de ventas, activos o inversión del propietario. La importancia de esta medida es que la compañía debe generar ganancias para sobrevivir.

Caraballo (2013) La utilidad compañiarial es otro aspecto fundamental a considerar en cualquier análisis. Esto es de capital importancia para la propia compañía y para los terceros interesados en ella (especialmente los accionistas), y también es importante para la toma de decisiones del modelo de financiación que la compañía proporcionará.

El análisis de utilidad compañiarial se lleva a cabo desde la doble perspectiva de inversión y financiación, y finalmente converge en un único e integral.

Alvarado (2013) En el pasado, las compañías estaban orientadas a las ganancias, pero hoy las ganancias son más importantes que las ganancias. La utilidad mide el rendimiento del capital invertido. En el análisis final, los inversores quieren invertir menos (cuanto menor es la inversión, menor es el riesgo) y más ganan.

Díez (2010) mencionó que es el margen obtenido por la diferencia entre el precio de venta del producto o servicio y su costo. Este es el beneficio del informe básico de actividades de la compañía. Por lo tanto, el margen bruto mide la utilidad obtenida de las ventas de servicios o productos. (p. 14)

Lizcano (2014), Se menciona que la utilidad se genera a un nivel completo, porque la compañía tiene la sabiduría o capacidad de generar excedentes adicionales al inicio del grupo inversor. Por tanto, se puede afirmar que la utilidad es la concreción de los alcances de la transformación, producción y / o intercambio de actividades económicas, por lo que la medición de alcances tiene un significado específico siempre que se compare con los componentes involucrados. Cuando se adquiere: recursos económicos y recursos financieros.

Meigs & Mark & Haka & Jan (2012), La utilidad económica se utiliza para medir si la administración ha obtenido rendimientos favorables de los activos bajo su control. En este cálculo, la tasa de rendimiento generalmente se define como utilidad operativa, porque los gastos por intereses y el impuesto sobre la renta están determinados por componentes distintos a la forma en que se utiliza el activo.

2.2.3. Estructura económica y financiera

El patrimonio de la compañía está compuesto por mercancías, derechos y obligaciones, que se manifiestan en dos aspectos:

2.2.3.1. Estructura económica

También conocido como "capital de producción". Está constituido por activos compañías, es decir, todos los elementos, activos y derechos adquiridos por la compañía para sus operaciones, ya sean a corto plazo (activo corriente) o permanente (activo no corriente).

2.2.3.2. Estructura financiera

Es necesario aclarar que la adquisición de los bienes que constituyen el activo de la compañía significa la provisión de recursos financieros, es decir, la forma de obtener estos bienes. Estas técnicas o fuentes de financiamiento constituyen la estructura financiera de la compañía, y los nombres comunes de los pasivos son aceptados en los libros contables, se establecen en forma de deudas y obligaciones y se clasifican según sus fuentes y plazos.

Cabe señalar que los técnicas de financiación de la compañía afectarán la utilidad y los riesgos financieros, por lo que existe una estrecha correspondencia entre la estructura financiera y económica.

Esto significa que las decisiones de financiamiento afectarán las decisiones de inversión independientemente del estado contable. Por lo tanto, para que la compañía sobreviva a largo plazo, el retorno de la inversión debe exceder el costo de financiamiento.

2.2.4. Tipos de utilidad

2.2.4.1. Utilidad económica

La utilidad económica o de la inversión es una medida del rendimiento sobre los activos de una compañía en un período de tiempo determinado independientemente de la situación de financiación. Por lo tanto, este es el indicador básico para juzgar la eficiencia de una compañía, porque al no considerar el impacto del financiamiento, podemos ver su eficiencia o factibilidad en el campo del desarrollo de la actividad económica o la gestión de la producción. En otras palabras, la utilidad económica reflejará la tasa de rendimiento de todos los recursos utilizados en la minería.

Las ratios más empleadas en la medición están relacionadas con cuatro variables de gestión muy importantes en el mundo empresarial: ventas, activos, capital y alcances (beneficios), que se explicarán en detalle más adelante.

2.2.4.2. Utilidad financiera

Es una medida del rendimiento del capital propio dentro de un cierto período de tiempo y, por lo general, es independiente de la distribución de alcances. Por tanto, la utilidad financiera puede ser considerada como una medida más cercana a la utilidad de los accionistas o propietarios que la utilidad económica. Por tanto, teóricamente, según el punto de vista más común, esto es lo que los gestores buscan maximizar en beneficio de los propietarios. Índice de utilidad.

2.2.5. *Ratios de utilidad*

Caraballo (2013) El índice de utilidad incluye un conjunto de indicadores y métricas. Su propósito es diagnosticar si una entidad genera suficientes ingresos para cubrir sus costos y puede brindar compensación a sus propietarios. En resumen, son la capacidad de la indagación colaborativa para generar ganancias en las siguientes formas La medición de las ventas, activos e inversiones de la entidad.

2.2.5.1 Utilidad sobre la inversión (ROA)

Esta ratio examina la utilidad de la organización económica, es decir, la utilidad de los activos.

Para ello, correlaciona el rendimiento operativo neto con la inversión total en activos.

De esta forma, muestra la eficiencia o productividad de los activos totales en uso de la compañía sin considerar el impacto del financiamiento. Según la siguiente fórmula.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad neta} + \text{Intereses}}{\text{Activo total}}$$

Por tanto, se interpreta como la utilidad que obtiene la compañía al invertir en cada unidad de sus actividades, es decir, la tasa de utilidad de los activos de la compañía. Si esta relación aumenta, significa que la compañía obtiene un mayor retorno de la inversión.

2.2.5.2 Utilidad operativa del activo

Es un indicador para medir el éxito de una compañía, considerando componentes que influyen favorable o desfavorablemente en el proceso de creación de valor de la compañía. Y determina lo siguiente:

$$\frac{\text{Utilidad operativa}}{\text{Activos de operación}}$$

2.2.5.3 Margen comercial

Solo considere los costos de producción para decretar la utilidad de las ventas de la asociación.

$$\text{Margen Comercial} = \frac{\text{Ventas netas} - \text{Costo de ventas}}{\text{Ventas netas}}$$

2.2.5.4 Utilidad neta sobre ventas

Es un índice para medir la utilidad neta de las ventas, que toma en cuenta los costos operativos, financieros, tributarios y laborales de la compañía. Indique cuántos centavos puede ganar la compañía por cada artículo vendido. Y indicado de la consecutiva forma:

$$\text{Utilidad neta sobre ventas} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}}$$

2.2.5.5 Rotación de activos

Es un indicador que irradia la cabida de la compañía para generar ingresos en relación con una determinada cantidad de activos.

$$\text{Rotación de Activo} = \frac{\text{Total de ventas}}{\text{Total de activos}}$$

En otras palabras, mide la efectividad del uso de los activos por parte de la compañía. Puede estar relacionado con cada tipo de activo, generalmente fijo o líquido.

2.2.5.6 Utilidad sobre patrimonio (ROE)

ROE representa la utilidad que obtiene el propietario de la compañía, también conocida como utilidad financiera. Para los accionistas, este es el indicador más importante porque revela cómo se pagarán sus aportes de capital.

Esta relación debe ser superior a 0,07. (p.2)

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$$

2.2.6. Componentes determinantes de la utilidad

Según diversos estudios ejecutados principalmente en Estados Unidos, se ha demostrado que las principales estrategias que conducirán a mayores ganancias y mayor utilidad son:

- Mayor participación en el mercado de la línea de negocio
- Mayor calidad relativa
- Coste medio reducido

El segundo factor es indispensable, porque una buena estrategia de calidad a través de la diferenciación de productos o servicios conducirá a una mayor aceptación y percepción por parte de los consumidores, lo que se traducirá en mayores ventas y, por lo tanto, aumentará la participación de mercado.

Por tanto, cuando se pierde competitividad, los beneficios o ganancias generados son engañosos, por lo que es necesario considerar los elementos resumidos en la estrategia de innovación y especialización para asegurar el éxito de la compañía.

2.2.7 Índice de Utilidad

Palomino (2014) Es un indicador que permite asociar el contenido generado a través de la cuenta de alcances a los activos y ventas requeridos para el desarrollo de la actividad compañarial, y asociar la ganancia o beneficio e interés antes de impuestos al activo total, con el propósito de evaluar la utilidad de la entidad.

La función de las operaciones continuas es lograr el propósito principal, que es generar ganancias a través de las ventas. El impacto de las ventas y la estructura de costos operativos muestra que la utilidad de los activos operativos solo enfrenta costos de ventas y gastos de administración.

La clasificación de utilidad está relacionada con la utilidad económica o de los activos y, en segundo lugar, con la utilidad financiera o el patrimonio. Todas estas instrumentos funcionan juntas para ayudarnos a tomar las mejores decisiones de inversión.

Tabla 1: Evaluación de Utilidad

EVALUACIÓN DE RENTABILIDAD	
GENERAR VENTAS	Las ventas es el primer indicador de posibilidad de lograr utilidades para el crecimiento en la actividad económica.
GENERAR UTILIDADES	Permite establecer el redito o rendimiento obtenido, comparando con un patrón objetivo para poder calificarlo.

Fuente: Palomino (2014)

Los analistas de estados financieros deben tener una comprensión más detallada de los determinantes del rendimiento de las inversiones y su comportamiento a lo largo del tiempo para comprender el desempeño de la compañía a lo largo de los años. Decretaremos las razones de ciertos estándares basados en la medición de la utilidad.

Tabla 2: Medición de Rentabilidad

MEDICIÓN DE RENTABILIDAD		
INDICADORES DE RENTABILIDAD	INDICADORES DE UTILIDADES	INDICADORES DE RENDIMIENTO
Miden la efectividad de la administración a través de los rendimientos generados sobre las ventas y la inversión	Los índices de utilidades son medidas que ayudan a controlar los ingresos.	Mide la rentabilidad de la inversión sobre el total de los accionistas.

Fuente: Palomino (2014)

Tabla 3: Definición de Índice de Utilidad

DEFINICIÓN DE ÍNDICE DE RENTABILIDAD		
CAPACIDAD	GENERAR	UTILIDADES
Mide la capacidad de una empresa que se quiere evaluar la cifra de utilidades logradas en relación con la que la inversión utilizada que dio su origen	Mide la capacidad de la empresa para generar utilidades en relación a la inversión de los socios y permite comparaciones con otras alternativas de colocación de fondos.	Mide la rentabilidad de un negocio consiste en relacionar la cifra de las utilidades logradas en un ejercicio, con la de activos utilizados para generalas

Fuente: Palomino (2014)

Lira (2013), Se cree que Roce mide la eficiencia y utilidad del capital que se ha invertido en la compañía. Se convierte en el subtítulo del ROA calculado en base a todos los activos propiedad de la compañía. Por otro lado, ROCE solo calcula la utilidad en función del contenido realmente utilizado en el desarrollo. Es decir, también incluyo el capital utilizado en la compañía, que son los activos netos de la compañía. (Pg. 8)

2.2.8 Generar Beneficios

Son técnicas sencillas y prácticas que pueden ayudarte a conocerte mejor a ti mismo y a las personas que trabajan en la compañía, mejorando así tu desempeño personal y compañarial, progresando profesionalmente y obteniendo más beneficios de tu trabajo.

La visión compañarial para generar beneficios se basa en tres pilares básicos:

Excelencia personal, sin ella no puede haber desarrollo real, liderazgo, negociación o motivación.

La innovación de la compañía surge de la comprensión del valor del trabajo en equipo y la influencia de la cultura organizacional en la creación de un entorno que fomente el desarrollo de la compañía.

La capacidad de predecir el mercado nos permite utilizar nuevos paradigmas para crear el futuro y nos enseña la importancia del marketing para el éxito de la compañía.

2.2.8.1 Control de Ventas

Salesforce.com (2017) Definir qué es el control de ventas no es una tarea sencilla. El control de ventas no es solo una instrumento, es un concepto que integra el universo y se relaciona con todo el proceso de cierre del negocio.

Si lo consideramos desde el punto de vista más práctico, podemos decir que el control de ventas es la gestión, recogida de antecedentes y seguimiento de todo lo que vende la compañía, para qué consumidores y cómo se produce el proceso de negocio. Esta es una forma de comprender todas las tendencias y acciones que ocurren en el campo de las ventas y utilizar esta información para promover el éxito de la compañía.

2.2.8.2 Control de Gastos

El control de los gastos comerciales incluye el correcto seguimiento de todos los gastos e ingresos de la compañía a través del presupuesto para optimizarlos. En tiempos de crisis, es común controlar los costos a fondo, pero también se recomienda hacerlo cuando las condiciones son buenas.

2.2.8.3 Control de Costos

El control de gastos es una estrategia financiera que se debe aplicar a las compañías para lograr mayores ganancias y evitar gastos innecesarios. Veamos qué debes considerar para hacer uno.

2.2.9 Recursos Empleados

Son todos los compendios que necesita una compañía para conseguir sus propósitos.

Se clasifican: recursos humanos, recursos financieros, recursos materiales, tecnología o recursos técnicos.

2.2.9.1 Recursos Materiales

Palomino (2014) insumos designados materia prima, materia semielaborada y cualquier otro producto que se utilice para la elaboración de bienes económicos.

2.2.9.2 Recursos Financieros

Luyo (2013) Son recursos económicos y monetarios propios y externos que necesita la compañía para desarrollar sus actividades:

2.3.9.2.1 Recursos Financieros Propios

Efectivo, donaciones de miembros, ganancias.

2.3.9.2.2 Recursos Financieros Ajenos

Préstamos de acreedores y proveedores; crédito bancario o privado, emisión de valores.

Todos los recursos son muy importantes para lograr los propósitos de la compañía. El correcto manejo de los mismos y su productividad dependerá del éxito de cualquier compañía.

2.2.10 Recursos Humanos

Luyo (2013) Están desvinculados de la existencia de cualquier grupo social, son el factor principal en el funcionamiento de la compañía, y de ella depende la gestión y operación de otros recursos.

Según las funciones desempeñadas y la jerarquía dentro de la organización.

2.2.11 Recursos Tecnológicos

Luyo (2013) Utilizados como instrumentos auxiliares y instrumentos en la coordinación de otros recursos: sistema de producción, sistema de

ventas, sistema financiero, sistema administrativo, capacitación en desarrollo de personal, registro de patentes, adquisición de tecnología, desarrollo de tecnología propia.

2.3 Formulación del Problema

2.3.1 *Problema General*

¿Cuál es la relación del control logístico y la utilidad en tiendas por departamento distrito de San Isidro en el 2018?

2.3.2 *Problemas Específicos*

PE 1: ¿Cuál es el nivel de relación entre el control logístico y generar beneficios en tiendas por departamento en el distrito de San Isidro,2018?

PE 2: ¿Cuál es el nivel de relación entre el control logístico y los recursos empleados en tiendas por departamento en el distrito de San Isidro,2018?

2.4 Justificación del Estudio

2.4.1 *Pertinencia*

La indagación actual intenta decretar que el control logístico es un área importante dentro de la compañía, pues con su control podemos optimizar el uso de los recursos, por lo que tenemos un mayor control sobre los gastos incurridos, y decretar que los gastos incurridos en el período actual son razonables, tienen una mayor utilidad de la compañía.

2.4.2 *Relevancia Social*

La presente exploración tiene como propósito demostrar el interés de la compañía por el control logístico. Ayuda a los participantes de la red logística a ejecutar determinadas funciones de forma beneficiosa, posibilitando la asignación y asignación de recursos en el área. La compañía participa en el proceso de planificación y asegura el cumplimiento con cada programa de campo de la compañía.

2.4.3 *Implicancias prácticas*

La indagación propuesta ayudará a encontrar las fallas de la asociación en el control logístico y tomará medidas correctivas de acuerdo con el

manual funcional y los procedimientos de la asociación, lo que afectará directamente la asignación de recursos de la asociación y tendrá un impacto significativo en la utilidad de la asociación.

2.4.4 Valor teórico

Esta averiguación se basa en un fundamento teórico confiable y es un instrumento de recopilación de información; este trabajo servirá como una fuente útil de información para que pueda ser utilizada por otros en el futuro; existen preguntas de indagación sobre el comportamiento de las variables en este investigar.

2.4.5 Metodológica

La calidad metodológica de esta indagación se centra en la obtención de informes sobre los aspectos importantes y destacados que se pueden observar en la compañía, el correcto uso de controles logísticos bien diseñados, que utilizarán técnicas y técnicas, técnicas de encuesta y instrumentos de cuestionario, que permitirán us Capacidad para medir la relación entre el control lógico variable y la utilidad.

2.5 Propósitos

2.5.1 Propósito General

Decretar el nivel de relación del control logístico y utilidad en tiendas por departamento en el distrito de San Isidro, 2018.

2.5.2 Propósitos Específicos

OE1: Decretar el nivel de relación del control logístico y generar beneficios en tiendas por departamento en el distrito de San Isidro, 2018.

OE2: Decretar el nivel de relación del control logístico y los recursos empleados en tiendas por departamento en el distrito de San Isidro, 2018.

2.6 Hipótesis

2.6.1 Hipótesis General

El control de logístico se relaciona con la utilidad en las tiendas por departamento del distrito de San Isidro, 2018.

2.6.2 Hipótesis Específicas

HE1: El control logístico se relaciona con generar beneficios en tiendas por departamento del distrito de San Isidro, 2018.

HE2: El control de logística se relaciona con los recursos empleados en tiendas por departamento del distrito de San Isidro, 2018.

III. METODOLOGÍA

3.1 Bosquejo de Indagación

3.1.1 Enfoque

La actual indagación se está utilizando un enfoque cuantitativo.

Sampieri & Fernandez & Baptista (2014), Este método cuantitativo (que representa un conjunto de procesos) es continuo y se basa en evidencias. Cada etapa entrará en la siguiente etapa, y no podemos "saltarnos" estos pasos. El orden es estricto, por supuesto, podemos definir algunas etapas. Agregar una parte de una idea, una vez determinados los propósitos y preguntas de indagación, se revisará la literatura y se establecerá un marco o perspectiva teórica.

3.1.2 Tipo y nivel de Indagación

El tipo de indagación es básico, porque su propósito es obtener información para construir o incrementar conocimiento a través de la recopilación de antecedentes.

Nivel de correlación, porque decretaremos la relación entre la primera variable y la segunda variable, es decir, explicará cómo se relacionan.

Ñaupas et. Al. (2014), La indagación pura, básica o sustantiva se llama pura porque en realidad no está interesada en metas cremosas, y su motivación es la simple curiosidad, la gran alegría de descubrir nuevos conocimientos, como han dicho otros El amor por la ciencia. Se dice que es básico porque es la base de la indagación aplicada o tecnológica; y fundamental porque es esencial para el desarrollo de la ciencia.

3.1.2 Bosquejo

El bosquejo de este trabajo de indagación es no experimental, por lo que no manipula variables, y el corte transversal.

(Hernández, Fernández y Baptista, 2014) En la indagación no experimental, situaciones donde no se crean ni generan variables manipuladas, la indagación implica la observación de hechos existentes,

estos hechos no son provocados deliberadamente y no se verán afectados porque ya ocurrieron. (p.152).

La indagación transversal, es decir, la encuesta transversal, es la única indagación que obtiene información del objeto de indagación (población o muestra) en un momento determinado. (p.154).

3.2 Operacionalización de Variables

Tabla 4: Operacionalización de la variable Control Logístico

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
CONTROL LOGISTICO	Cadena de Abastecimiento	Proveedores
		Operadores de Transporte
		Centro de Distribución
		Consumidor Final
	Cadena de Distribución	Coordinar las adquisiciones
		Distribucion del Producto
		Intercambio Comercial
		Satisfacción del Consumidor

Tabla 5: Operacionalización de la Variable Utilidad

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
RENTABILIDAD	Generar Beneficios	Control de Ventas
		Control de Gastos
		Control de Costos
	Recursos Empleados	Recursos Materiales
		Recursos Financieros
		Recursos Humanos
		Recursos Tecnológicos

Tabla 6: Cuadro de Operacionalización de Variables

CONTROL LOGÍSTICO Y UTILIDAD EN LAS TIENDAS POR DEPARTAMENTO DISTRITO SAN ISIDRO, 2018

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA			
CONTROL LOGISTICO	Mora (2016). Logística es el proceso de planear, controlar y administrar la cadena de abastecimiento y distribución, desde el proveedor hacia el cliente y con un enfoque en la red de valor y colaboración entre los actores de la red logística interna y externa. (p.5)	Logística es el proceso de planear, controlar y administrar la cadena de abastecimiento y distribución, desde el proveedor hacia el cliente y con un enfoque en la red de valor y colaboración entre los actores de la red logística interna y externa. CASI SIEMPRE A VECES NUNCA	CADENA DE ABASTECIMIENTO	PROVEEDORES				
				OPERADORES DE TRANSPORTE				
				CENTRO DE DISTRIBUCIÓN				
						CADENA DE DISTRIBUCION	CONSUMIDOR FINAL	SIEMPRE = 5
							COORDINAR LAS ADQUISICIONES	CASI SIEMPRE = 4
							DISTRIBUCION DEL PRODUCTO	A VECES = 3
							INTERCAMBIO COMERCIAL	CASI NUNCA = 2
				SATISFACCION DEL CONSUMIDOR	NUNCA = 1			
RENTABILIDAD	Ccaccya(2015)La razón implícita de ser de todo negocio es la de generar beneficios o utilidades, que en términos generales se mide como la diferencia de los ingresos y los costos incurridos como resultado de las operaciones al cierre de ejercicio.	La razón implícita de ser de todo negocio es la de generar beneficios o utilidades, que en términos generales se mide como la diferencia de los ingresos y los costos incurridos como resultado de las operaciones al cierre de ejercicio. CASI SIEMPRE A VECES NUNCA	GENERAR BENEFICIOS	CONTROL DE VENTAS				
				CONTROL DE GASTOS				
				CONTROL DE COSTOS				
						RECURSOS EMPLEADOS	RECURSOS MATERIALES	
							RECURSOS FINANCIEROS	
							RECURSOS HUMANOS	
				RECURSOS TECNOLOGICOS				

3.3 Población y Muestra

3.3.1 Población

Bernal (2013), Se refiere a un conjunto de individuos comunes, agrupando componentes con una singularidad común, y estos componentes se fijan en el espacio en estudio. (p. 174).

Esta indagación está compuesta por 39 contadores profesionales en el área de control logístico de la tienda departamental Saga Falabella en San Isidro en 2018.

3.3.2 Muestra

Bernal (2013), Una muestra es una parte de la población. En esencia, es un subconjunto de elementos que deben reflejar verdaderamente el alcance de la población.

La muestra es una parte representativa de la población de la que se obtiene información para indagación y medición. (p. 161)

El tamaño muestral obtenido es de 30 contadores profesionales en el campo de control logístico de los grandes almacenes Saga Falabella.

3.3.3 Técnica de muestreo

El muestreo es una instrumento cuya función es decretar qué parte de la población debe ser inspeccionada. La muestra debe representar completamente a la población y reflejar sus características básicas. (Hernández, et al., 2014, p.175).

El tamaño se establece mediante una fórmula de muestreo aleatorio.:

$$\frac{N * (\alpha_c * 0,5)^2}{1 + (e^2 * (N - 1))} =$$

Gráfico 1: Fórmula del Muestreo

Dónde:

e = Margen de error = 0.05 o 5%
N = Tamaño poblacional = 39 Contadores
α = Valor de nivel de confianza = 95%

$$n = \frac{39 \cdot (1.96 \cdot 0.5)^2}{1 + ((0.05)^2 \cdot (39-1))}$$

n =30 Será el número de muestras a investigar.

3.4 Técnicas e instrumento de recopilación de antecedentes

Según Stracuzzi y Pestana (2012) Esta tecnología se refiere a un proceso universal, confiable y flexible que se aplica al uso de instrumentos y materiales en una situación determinada. (p. 82).

Por tanto, la técnica empleada en esta encuesta es la encuesta porque su finalidad es recoger antecedentes de la muestra estudiada.

3.4.1 Instrumento de Recopilación de Antecedentes

Según Hernández, Fernández (2014) “Las instrumentos de recopilación de información se refieren a los recursos utilizados por los investigadores para descifrar los fenómenos de indagación para obtener información”. (p.125).

Por lo tanto, sabiendo que la técnica de la encuesta se utiliza para la recopilación de información en esta indagación, la instrumento que sustenta la técnica es el cuestionario.

El cuestionario actual se distribuirá en 4 fases, que conciernen a las dimensiones propuestas en la variable operación. Ellos son: participantes en la red logística, proceso de planificación, obligaciones, capital de trabajo.

3.4.2 Validez

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014):

La efectividad de los instrumentos de medición se evalúa en base a todo tipo de evidencia. Cuanta más evidencia de la validez de contenido, la validez estándar y la validez de estructura de un

instrumento de medición, más cerca está de representar las variables que pretende medir”. (p. 204).

Para decretar su efectividad en este estudio utilizo técnicas de juicio de expertos, la efectividad de este estudio se sustenta en técnicas de juicio de expertos, las cuales están integradas por profesionales con conocimiento y experiencia en metodología, temática y ciencia estadística.

Stracuzzi y Pestana (2012) indica “La validez se describe como una forma de deshacerse del prejuicio, se refiere a la conexión entre lo que se mide y lo que realmente se quiere medir”. (p.160).

En este estudio, la validez se mantiene a través de la tecnología de juicio experto, que se refiere a la verificación por parte de profesionales en técnicas, temas, estadística y redacción.

Tabla 7: Juicio de Expertos

<u>NOMBRES DE VALIDADORES</u>	<u>ESPECIALIDAD</u>
Mg. Marco Antonio Mera Portillo.	Temático
Mg. Manuel Espinoza	Metodólogo
Mg. Esther Sáenz Arenas	Temático

3.4.3. Confiabilidad

Hernández, Fernández y Baptista (2014), “Se dice que la confiabilidad del instrumento de medición reproduce el mismo resultado en el nivel de aplicación aplicado a la misma persona.”

La confiabilidad de este instrumento se basa en la medición de la consistencia interna, razón por la cual se utilizan las estadísticas de confiabilidad alfa de Cronbach para medir la confiabilidad del instrumento de indagación, para lo cual se utilizará el paquete de software estadístico SPSS.

Stracuzzi y Pestana (2012) También define la confiabilidad de la siguiente manera: “[Confiabilidad] representa la influencia de la contingencia en una medición: es decir, es el grado en que la medición no está sujeta a desviaciones causadas por causas causales”. (p.164).

Para apreciar la confiabilidad de los instrumentos de medida y alcances, emplearemos el Alpha de Cronbach, cuya fórmula es la siguiente:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Gráfico 2: Fórmula del Alfa de Cronbach

Dónde:

K: El número de ítems

$\sum S_i^2$: Sumatoria de varianzas de los ítems

S_T^2 : Varianza de la suma de ítems

α : Coeficiente de alfa de Cronbach

3.4.3.1 Análisis de Confiabilidad del Instrumento para las variables Control

Logístico y Utilidad.

La validez de un instrumento se describe al grado en que la instrumento mide lo que procura medir y confiabilidad de la consistencia interna del instrumento que se puede estimar utilizando el alfa de cronbach. Usando la hipótesis de medición de confiabilidad alfa de Cronbach, los ítems miden la misma estructura y están altamente correlacionados. Cuanto más cercano esté el valor de alfa a 1, mayor será la consistencia interna del ítem analizado. La confiabilidad de la escala siempre debe obtenerse de los antecedentes de cada muestra para asegurar una medición confiable del constructo en la muestra de indagación específica.

Tabla 8: Tabla de Fiabilidad Alfa de Cronbach

Coeficiente	Relación
0,00 a 0,20	Muy baja
0,20 a 0,40	Baja o ligera
0,40 a 0,60	Moderada
0,60 a 0,80	Alta
0,80 a 1:00	Muy alta

Fuente: Propio

Tabla 9: Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	30	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: SPSS vs 25

Tabla 10: Estadísticas de Fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,901	32

Fuente: SPSS vs 25

Según el resultado del análisis de confiabilidad, el resultado es 901. Según la tabla de confiabilidad, se determina que el instrumento de medición tiene una alta tendencia a la consistencia interna. Calculado en base a 30 encuestas de 32 preguntas en la escala Likert.

3.5 Procedimientos

Para desarrollar la encuesta propuesta, utilizamos la información recopilada por el cuestionario, que fue llenado por 30 trabajadores en el departamento de contabilidad de la tienda de mejoras para el hogar de la compañía.

Para investigar a los trabajadores de la zona, la encuesta se envía a través de archivos; una vez ejecutada la encuesta en el proceso de recopilación de toda la información requerida, se ejecutará el proceso y se darán a conocer los antecedentes; de igual manera, las tablas estadísticas son ejecutado según el método correspondiente.

Para el estudio de la información obtenida se elaboró una tabla en la que se especificaron los antecedentes alcanzados utilizando el sistema informático SSPS V.25; de igual forma se obtendrá el nivel de correlación entre las variables.

3.6 Técnicas de análisis de antecedentes

Este estudio utiliza un método cuantitativo, la base de antecedentes de variables se elabora aplicando información obtenida de instrumentos de medición

y se procesa mediante análisis descriptivo y razonamiento, utilizando los programas SPSS y Excel 2016.

Una vez alcanzados los antecedentes, ejecutaremos el análisis estadístico correspondiente, utilizando el software estadístico SPSS vs 25. De manera similar, tabule los antecedentes de la siguiente manera y presente los alcances en forma de tablas y gráficos.

3.6.1 Distribución de frecuencias.

Es un conjunto de antecedentes alcanzados a partir de los alcances de una encuesta ejecutada. Expresa el conteo de antecedentes en su categoría correspondiente en forma de tabla. Usualmente se usa una tabla para indicar el conteo de antecedentes y su categoría. El gráfico de barras correspondiente. La distribución de frecuencias se puede presentar en forma de gráfico circular, gráfico de barras, etc. (Hernández et al., 2014, pág. 282)

3.6.3 Prueba de hipótesis

Se refiere a decretar si la hipótesis propuesta en la indagación es consistente y lógica con los antecedentes alcanzados de la muestra. Si el supuesto es consistente con los antecedentes, se considera aceptable, si es inconsistente, se rechaza, pero los antecedentes no se rechazan. (Hernández et al., 2014, pág. 299)

Si la significancia del resultado es menor que 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de indagación; si la significancia es mayor que 0.05, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis de indagación.

3.6.4 Nivel de significancia.

Un nivel de significancia de 0.05 significa que hay una probabilidad de confianza del 95% para llegar a una estadística libre de errores y un riesgo del 5%. (Hernández et al., 2014, pág. 302)

3.6.5 Prueba de correlación.

En esta encuesta, para decretar la prueba de correlación, se utiliza el coeficiente de correlación Rho de Spearman para aquellas variables con

niveles de medición ordenados, de modo que los antecedentes de la muestra se puedan ordenar por rango.

Ambos coeficientes han cambiado de una correlación negativa de -1,0 a una correlación totalmente positiva + 1,0. (Hernández et al., 2014, pág. 204)

Es decir, es uno de los coeficientes más utilizados, utilizado para medir la correlación entre dos variables ordinales. Cuando las dos variables son iguales, el valor es +1, y cuando hay variables opuestas, el valor es -1.

Tabla 8. Rangos de correlación Rho de Spearman

Criterio	Rango
Correlación grande, perfecta y positiva	$R = 1$
Correlación muy alta	$0,90 \leq r < 1$
Correlación alta	$0,70 \leq r < 0,90$
Correlación moderada	$0,40 \leq r < 0,70$
Correlación muy baja	$0,20 \leq r < 0,40$
Correlación nula	$r = 0,00$
Correlación grande, perfecta y negativa	$r = -1,00$

Fuente: Hernández et al. (2014). Metodología de la investigación.

3.7 Aspectos éticos

Este trabajo tomó en cuenta los aspectos éticos necesarios y básicos para recolectar los antecedentes necesarios para esta indagación, por lo que esta información fue debidamente aprobada en la indagación.

Por la misma razón, es obvio que la fuente de antecedentes seguirá ocultando la información del entrevistado, respetará claramente a los profesionales en el campo contable de la compañía, y la información mantendrá el anonimato del entrevistado, y se aplicará el debido respeto a la contabilidad de la compañía. Campo de los profesionales durante y al final de la aplicación

del instrumento de recogida. En resumen, la posición de los entrevistados se mantiene sin cambios y no juzga si sus respuestas son buenas.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados a Nivel de Tablas de Frecuencia

4.1.1 Variable 1: Control Logístico

4.1.1.1 Dimensión: Cadena de Suministro

Tabla 11: Se ejecuta una evaluación a los proveedores en cuanto su experiencia en el rubro y logros comerciales comprobables.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	8	26,7	26,7	26,7
	Casi siempre	10	33,3	33,3	60,0
	Siempre	12	40,0	40,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS vs 25

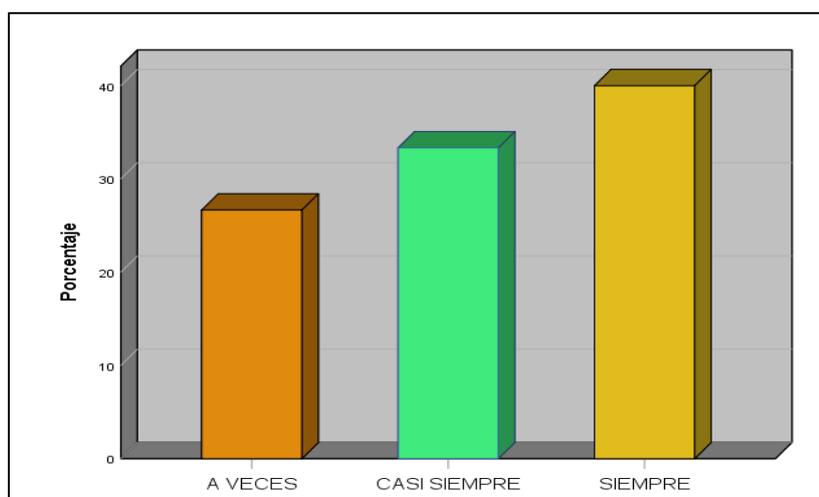


Gráfico 3: Selección de Proveedores

De los 30 interrogados en la Tabla 11 y la Figura 3, el 100%, cuando se les preguntó que la evaluación correcta de los proveedores debería medir la experiencia y los logros comerciales verificables en el campo, el 40% (12 personas) dijeron que siempre deberían considerarse como la evaluación del proveedor de proveedor, mientras que el 33,3% (10 personas) dijo que casi siempre y el 26,7% (8 interrogados) dijo que a veces.

Tabla 12: Los operadores de transporte deben ser evaluados y así conocer qué garantías ofrecen como (tiempo, servicio y posibles reclamos)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	3	10,0	10,0	10,0
	Casi siempre	14	46,7	46,7	56,7
	Siempre	13	43,3	43,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS vs 25

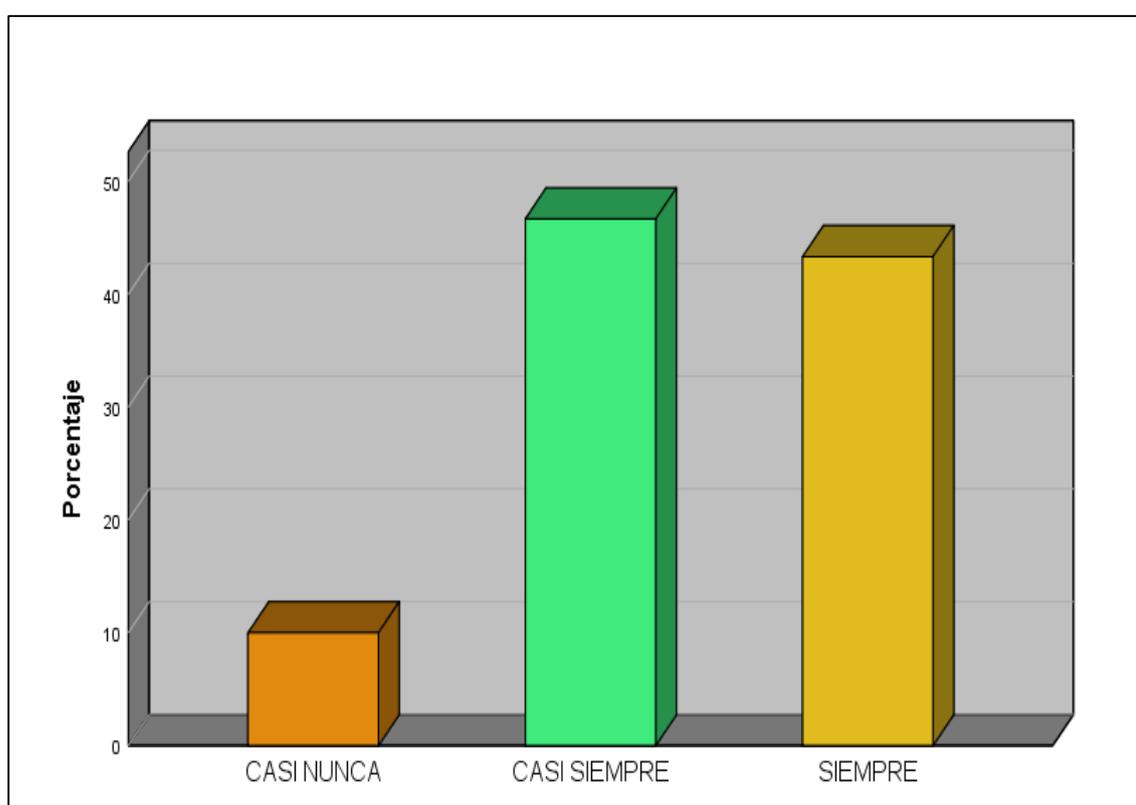


Gráfico 4: Operadores de Transporte

Se puede observar en la Tabla 12 y la Figura 4 que entre los 30 interrogados equivalentes al 100%, cuando se les preguntó si están considerando evaluar a los operadores de transporte, debemos saber que el 43,3% (13 interrogados) brindan lo que las garantías dijeron siempre, el 46,7% (14 interrogados) dijeron casi siempre, y el 10% (3 interrogados) dijeron que casi nunca.

Tabla 13: El centro de distribución de las tiendas se encuentra alejado de los almacenes internos de cada tienda.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	6	20,0	20,0	20,0
	Casi siempre	13	43,3	43,3	63,3
	Siempre	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS vs 25

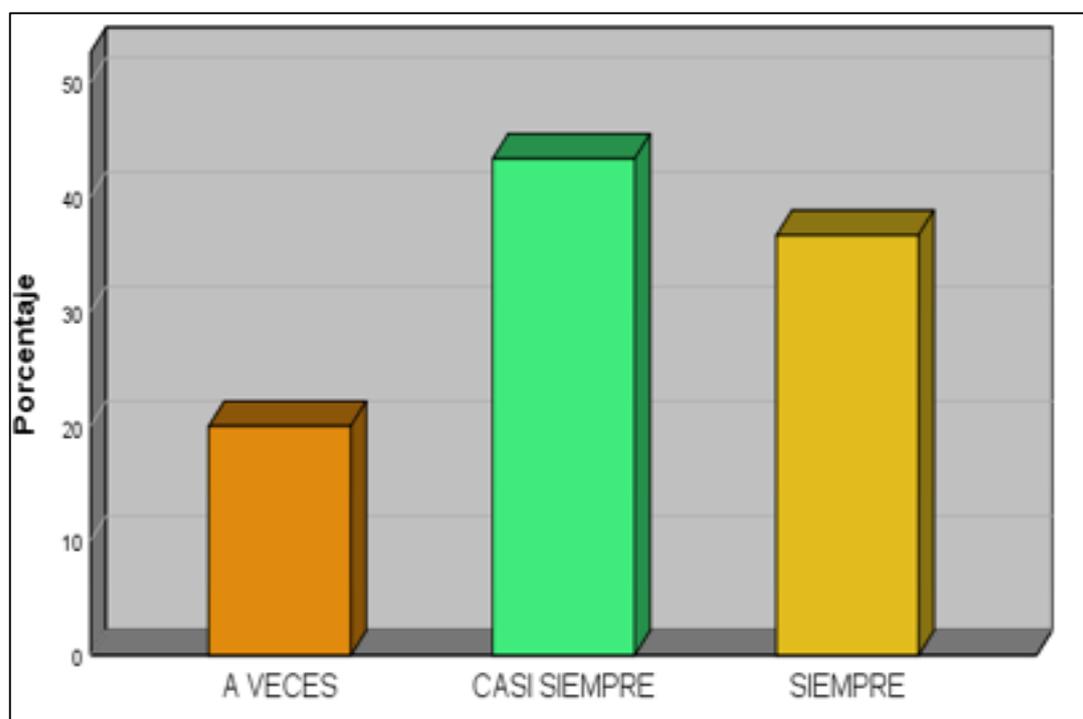


Gráfico 5: Operadores de Transporte

Tabla 13 y Figura 5 muestran que entre los 30 interrogados, lo que equivale al 100%, cuando se les preguntó si creen que la elección de un centro de distribución no debe estar demasiado lejos, lo que puede reducir los costos de transporte, el 43,3% dijo que siempre es el caso, el 36,7% (11 interrogados) dijo casi siempre, el 43,3% (13 interrogados) y el 20% (6 interrogados) dijo que casi nunca.

Tabla 14: Se conoce los gustos y preferencias de nuestro consumidor final.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	3,3	3,3	3,3
	A veces	4	13,3	13,3	16,7
	Casi siempre	6	20,0	20,0	36,7
	Siempre	19	63,3	63,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS vs 25

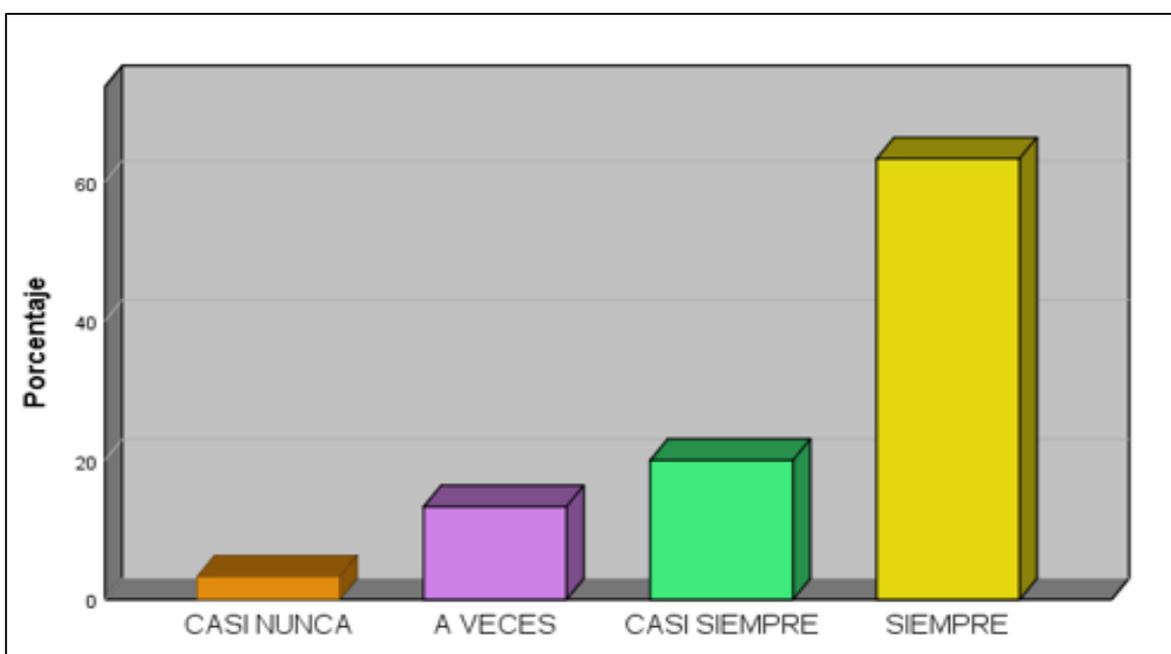


Gráfico 6: Consumidor Final

Tabla 14 Figura 6 Observe que, entre los 30 interrogados, equivalente al 100%, cuando se les preguntó si creen que sus gustos y preferencias deberían reducirse en un 63,3% para llegar a nuestros consumidores finales (19 interrogados)) En la evaluación, dijeron que siempre, el 20% (6 interrogados) dijo que casi siempre, el 13,3% (4 interrogados) y el 3,3% (1 encuestado) dijo que casi nunca.

Tabla 15: *La compañía tiene que conocer a su consumidor final mediante un estudio de mercado*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi siempre	6	20,0	20,0	20,0
	Siempre	24	80,0	80,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS vs 25

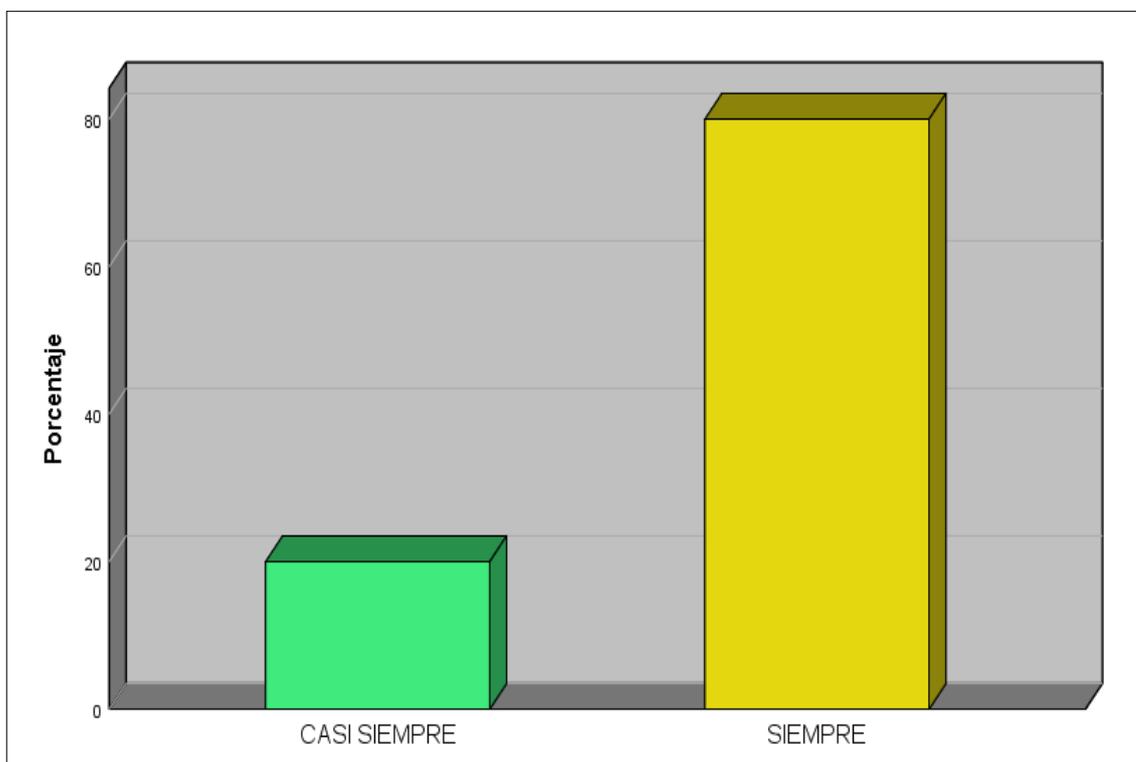


Gráfico 7: Consumidor Final

Tabla 15 y Figura 7 muestra que de un total de 30 interrogados equivalentes al 100%, cuando se le preguntó si la compañía debería saber quién se convertirá en el consumidor final a través de la indagación de mercado, el 80% (24 interrogados) dijo Siempre, 20% (6 interrogados) dijo que casi siempre.

Tabla 16: Para una correcta a la selección de los proveedores considera que es importante tener varias cotizaciones manuales y así evaluar la que mejor se adecue a las necesidades.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi siempre	4	13,3	13,3	13,3
	Siempre	26	86,7	86,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS vs 25

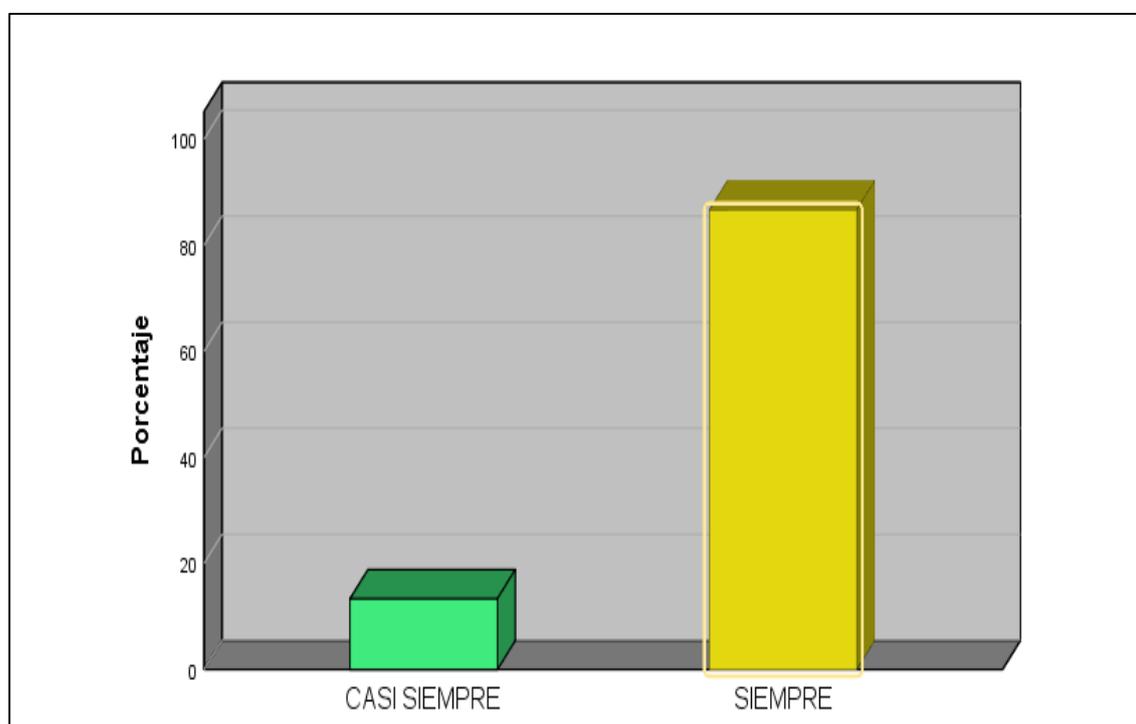


Gráfico 8: Selección de Proveedores

Tabla 16 y Figura 8 muestra que, de un total de 30 interrogados, el 100%, cuando se les pregunta sobre la selección de proveedores, piensa que se deben obtener al menos tres cotizaciones para evaluar la cotización más adecuada para ellos. El 86,7% (26 interrogados) dijo que siempre fue necesario, y el 13,3% (4 interrogados) dijo que casi siempre.

Tabla 17: Las operadoras de transporte deben capacitar a su personal de acuerdo al servicio que van a ofrecer.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	4	13,3	13,3	13,3
	A veces	7	23,3	23,3	36,7
	Casi siempre	18	60,0	60,0	96,7
	Siempre	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Fuente: SPSS vs 25

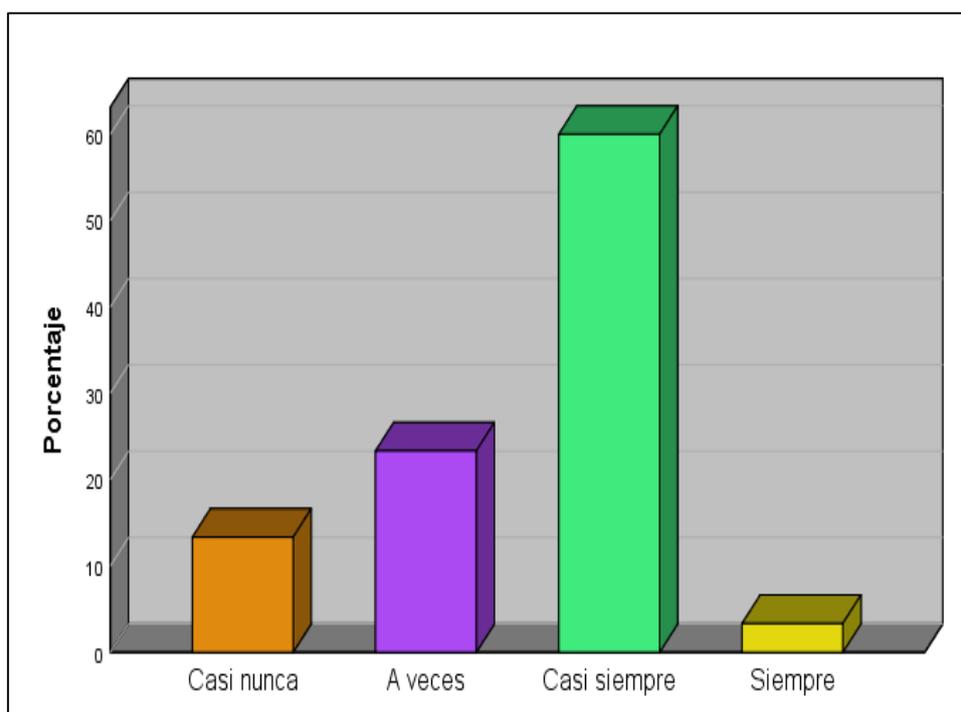


Gráfico 9: Selección de Proveedores

Tabla 17 y Figura 9 muestra que si cree que los operadores de transporte deberían capacitar a su personal en función de los servicios que brindarán, eso equivale al 100% del total de 30 interrogados. El 3,3% (1 encuestado) dijo que siempre era así, el 60% (18 interrogados) dijo que casi siempre era así, el 23,3% (7 interrogados) lo dijo a veces y el 13,3% (4 interrogados) Persona) dijo que casi nunca antes de hacer la pregunta.

Tabla 18: Los centros de distribución deben estar asegurados para protegerse de cualquier eventualidad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	8	26,7	26,7	26,7
	A veces	6	20,0	20,0	46,7
	Casi siempre	8	26,7	26,7	73,3
	Siempre	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS vs 25

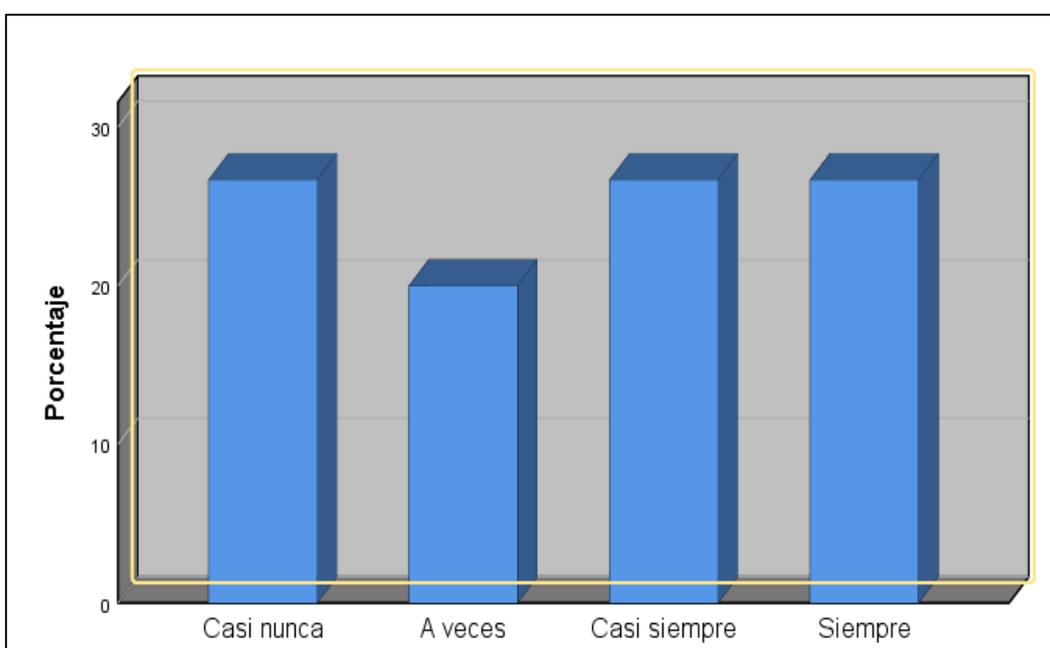


Gráfico 10: Centros de distribución

La Tabla 18 de la Figura 10 muestra que, si cree que el centro de distribución debería tener un plan de seguro como medida preventiva, esto equivale al 100% del total de 30 interrogados. El 26,7% (8 interrogados) dijo siempre, el 26,70% (8 interrogados) dijo casi siempre, el 20% (6 interrogados) dijo a veces y el 26,7% (8 interrogados) dijo Casi nunca hizo esta pregunta.

3.2.1.2 Dimensión: Cadena de Distribución

Tabla 19: Para proceder con la selección de proveedores este se debe tener en cuenta un manual de procedimientos y control

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	15	50,0	50,0	50,0
	A veces	11	36,7	36,7	86,7
	Casi siempre	3	10,0	10,0	96,7
	Siempre	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS vs 25

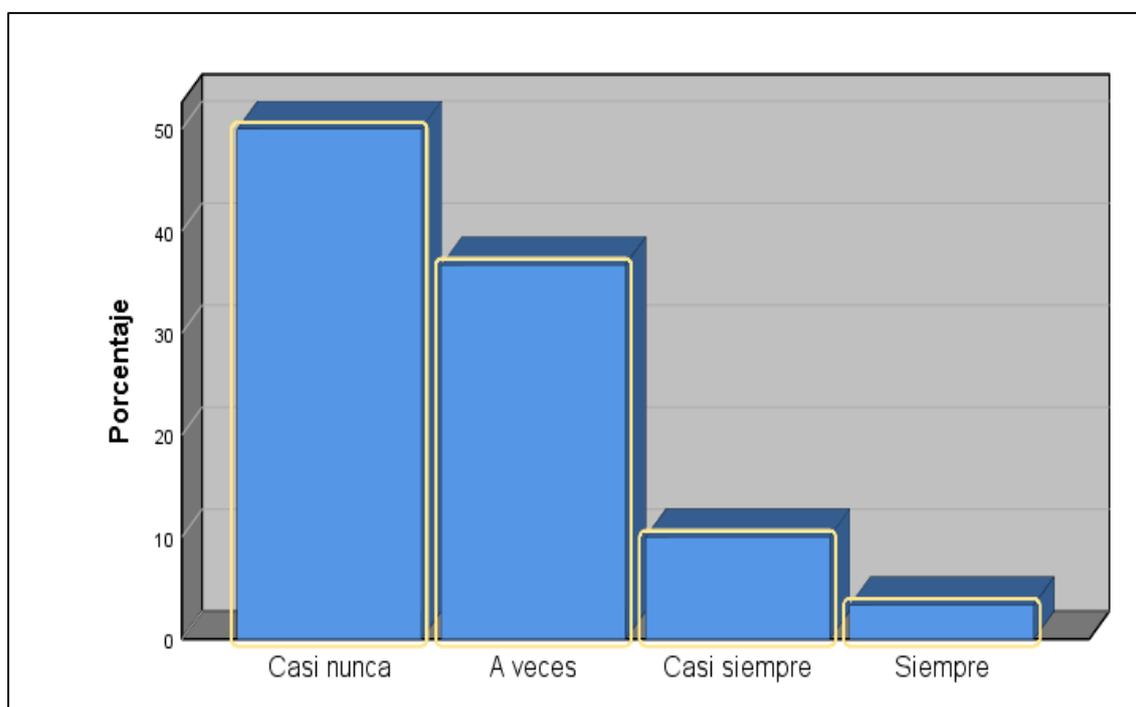


Gráfico 11: Coordinar las adquisiciones

La Tabla 19 en la Figura 11 muestra que de un total de 30 interrogados, equivalente al 100%, cuando se les preguntó si creían que deberían desarrollar un manual de adquisiciones coordinado para sus proveedores, 3.3% (1 encuestado) dijo que siempre son 10.0% (3 interrogados) dijeron que este es casi siempre el caso, el 36,7% (11 interrogados) dijo que a veces hasta el 50% (15 interrogados) dijeron que casi nunca habían hecho una pregunta antes.

Tabla 20: Para la distribución de los productos se debe tener en cuenta los productos para decretar su correcta manipulación.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	3	10,0	10,0	10,0
	Casi siempre	4	13,3	13,3	23,3
	Siempre	23	76,7	76,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS vs 25

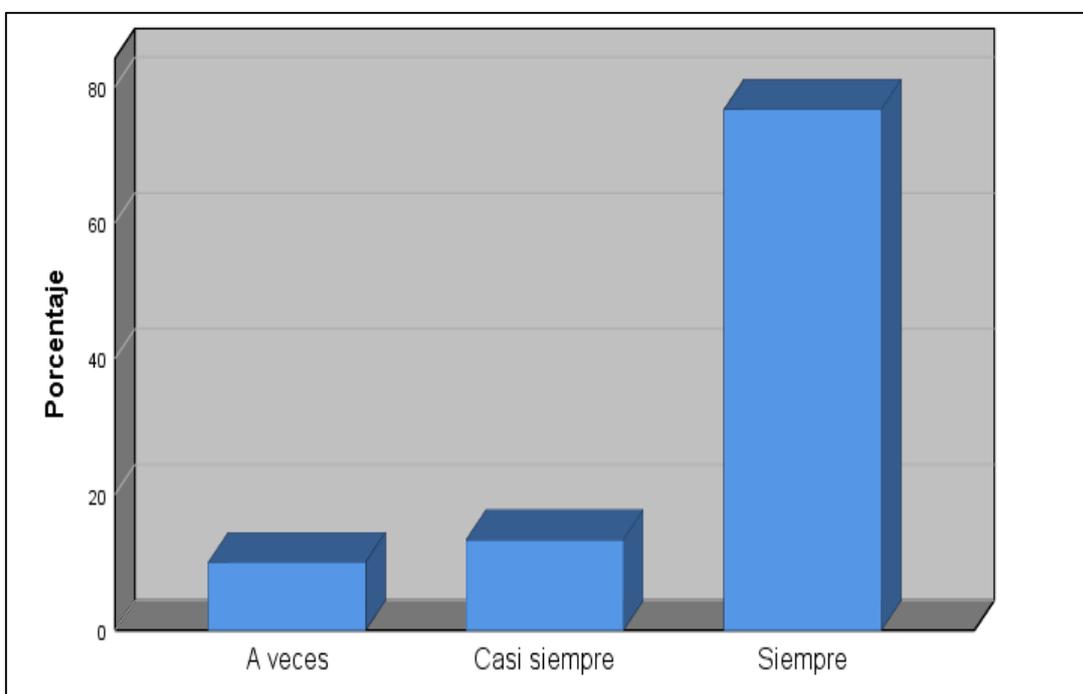


Gráfico 12: Distribución de los productos

La Tabla 20 de la Figura 12 muestra que de un total de 30 interrogados equivalentes al 100%, cuando se les preguntó si creían que deberían establecer un horario de entrega a la tienda para su distribución, el 76,7% (23 interrogados) lo dijo siempre, el 13,3% (4 interrogados) dijo que casi siempre era así, el 10% (3 interrogados) dijo que a veces el 50% (15 interrogados) dijo que casi nunca había hecho una pregunta antes.

Tabla 21: *Considera que el intercambio comercial debe representar beneficios tanto para la compañía y el consumidor.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	3	10,0	10,0	10,0
	Casi siempre	10	33,3	33,3	43,3
	Siempre	17	56,7	56,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS vs 25

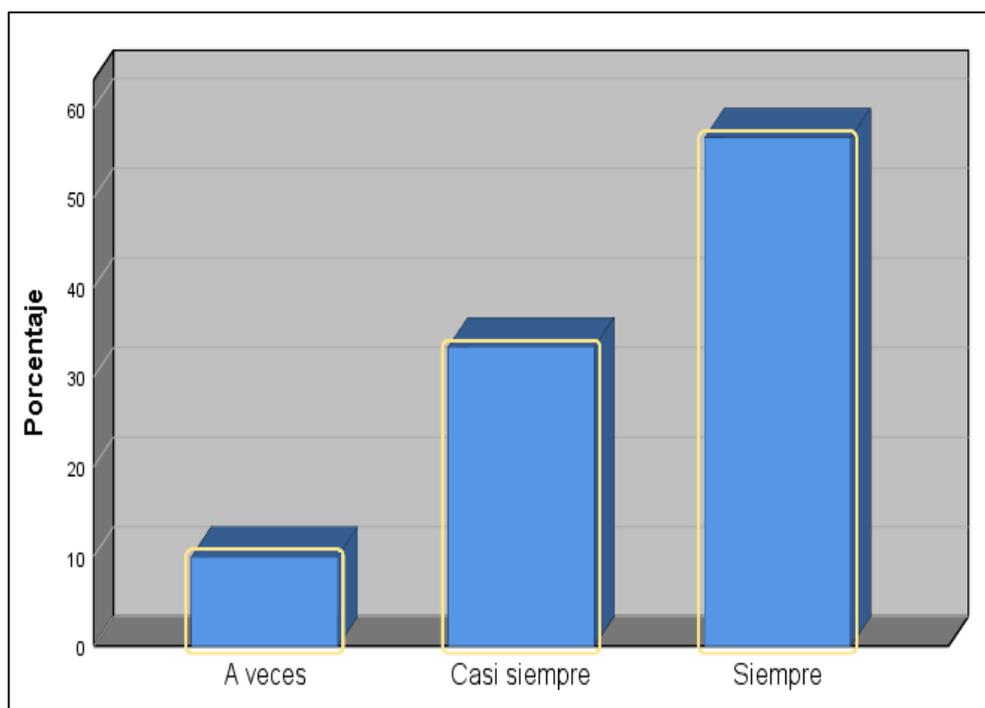


Gráfico 13: *Intercambio Comercial*

Se observa en la Tabla 21 de la Figura 13 que, de un total de 30 interrogados, equivalente al 100%, cuando se les preguntó si creían que los intercambios comerciales deberían beneficiar a la compañía y los consumidores. El 56,7% (17 interrogados) dijo siempre, el 33,3% (10 interrogados) dijo casi siempre, y el 10% (3 interrogados) dijo a veces, al responder preguntas.

Tabla 22: Para ejecutar un intercambio comercial se debe conocer entre las partes los (medios de pago, condiciones de compra y/o venta)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	3	10,0	10,0	10,0
	Casi siempre	4	13,3	13,3	23,3
	Siempre	23	76,7	76,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS vs 25

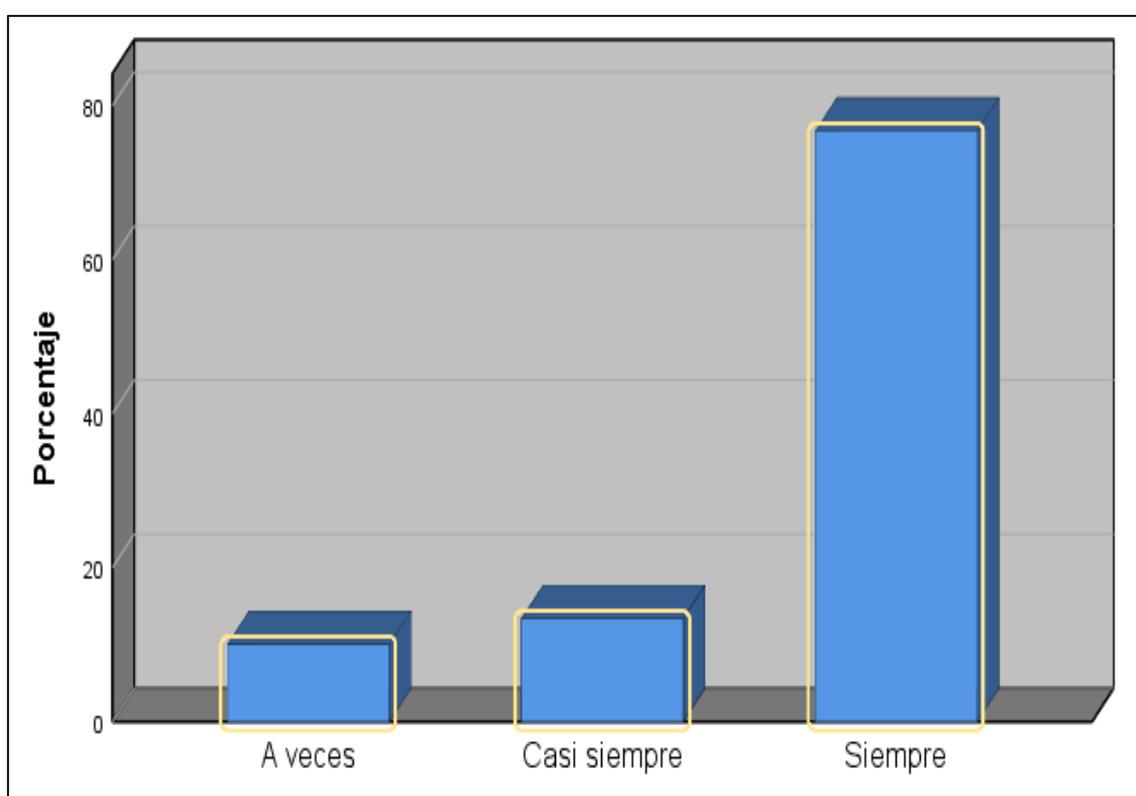


Gráfico 14: Intercambio Comercial

Figura 14 La Tabla 22 muestra que entre los 30 interrogados equivalentes al 100%, las partes deben saber (método de pago, condiciones, etc.) antes de abordar un problema de transacción comercial. Un 76,7% (23 interrogados) Dijo que siempre es así, El 13,3% (4 interrogados) dijo que casi siempre es así, y el 10% (3 interrogados) dijo que a veces, al responder preguntas.

Tabla 23: La satisfacción del consumidor se debe medir con encuestas de servicio.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	3	10,0	10,0	10,0
	A veces	1	3,3	3,3	13,3
	Casi siempre	3	10,0	10,0	23,3
	Siempre	23	76,7	76,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS vs 25

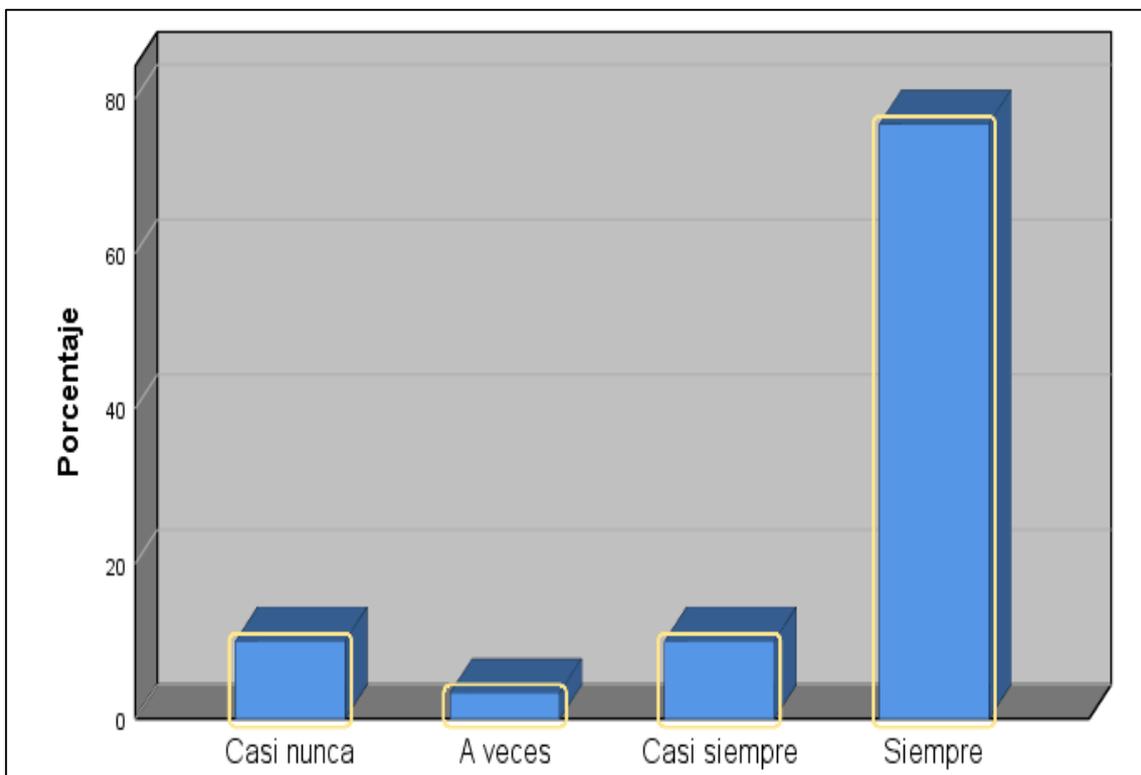


Gráfico 15: Satisfacción del consumidor

La Tabla 23 en la Figura 15 muestra que cuando se le pregunta si la satisfacción del consumidor se puede decretar a través de encuestas de servicio, es equivalente al 100% de los 30 interrogados. El 76,7% (23 interrogados) dijo siempre, el 10% (3 interrogados) dijo casi siempre, 3,3 y (1 encuestado), y el 10% (3 interrogados) dijo a veces, Cuando se le preguntó sobre la finalización.

Tabla 24: La satisfacción del consumidor depende del buen servicio de venta y post-venta de ser el caso.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	9	30,0	30,0	30,0
	A veces	5	16,7	16,7	46,7
	Casi siempre	10	33,3	33,3	80,0
	Siempre	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS vs 25

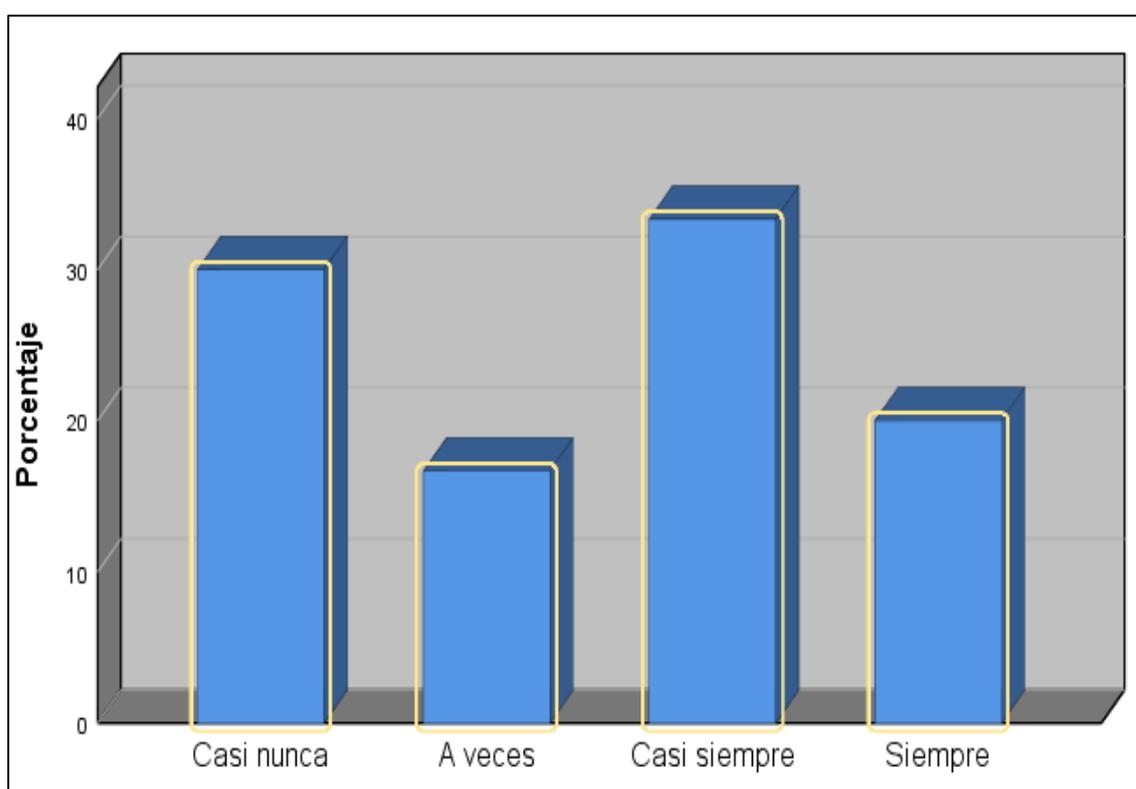


Gráfico 16: Satisfacción del consumidor

La Tabla 24 en la Figura 16 muestra que, de un total de 30 interrogados, equivale al 100% Cuando se le pregunta, la satisfacción del consumidor depende de un buen servicio de ventas y posventa (si corresponde). El 20% (6 interrogados) dijo que siempre fue así, el 33,3% (10 interrogados) dijo que casi siempre fue así, el 16,7% (5 interrogados) lo dijo y el 30% (9 interrogados) Significa que a veces, cuando se le preguntó.

Tabla 25: En cuanto a la coordinación de las adquisiciones se debe establecer un cronograma de atención para evitar retrasos de atención y abastecimiento.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	1	3,3	3,3	3,3
	Casi siempre	6	20,0	20,0	23,3
	Siempre	23	76,7	76,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS vs 25

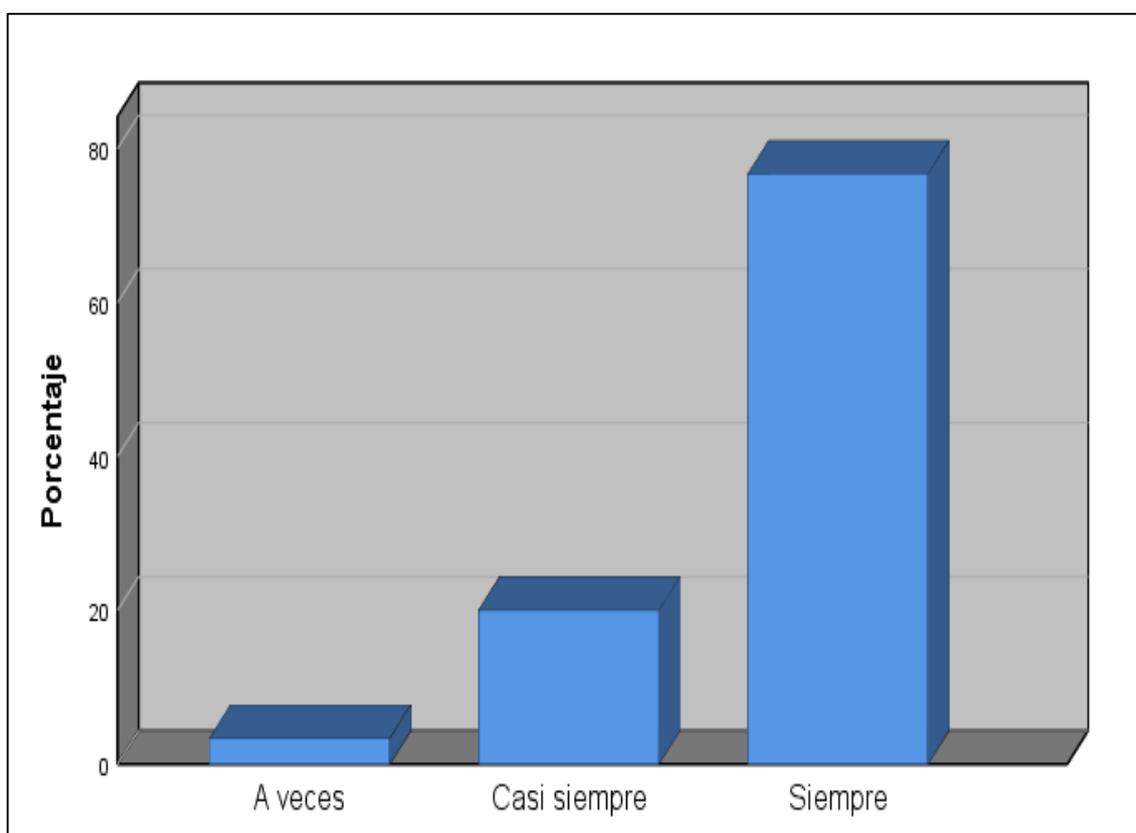


Gráfico 17: Coordinación de las adquisiciones

La Tabla 25 de la Figura 17 muestra que de un total de 30 interrogados, lo que equivale al 100%, cuando se les preguntó sobre la coordinación de adquisiciones, el 76,7% (23 interrogados) debería establecer un cronograma de atención y suministro, lo que indica que siempre es del 20% (6 interrogados) afirmaron que este es casi siempre el caso, mientras que el 3,3% (1 encuestado) afirmó que a veces, al responder preguntas.

Tabla 26: *Considera importante que la adecuada distribución del producto impactara en la utilidad de la compañía.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	11	36,7	36,7	36,7
	A veces	8	26,7	26,7	63,3
	Casi siempre	4	13,3	13,3	76,7
	Siempre	7	23,3	23,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS vs 25

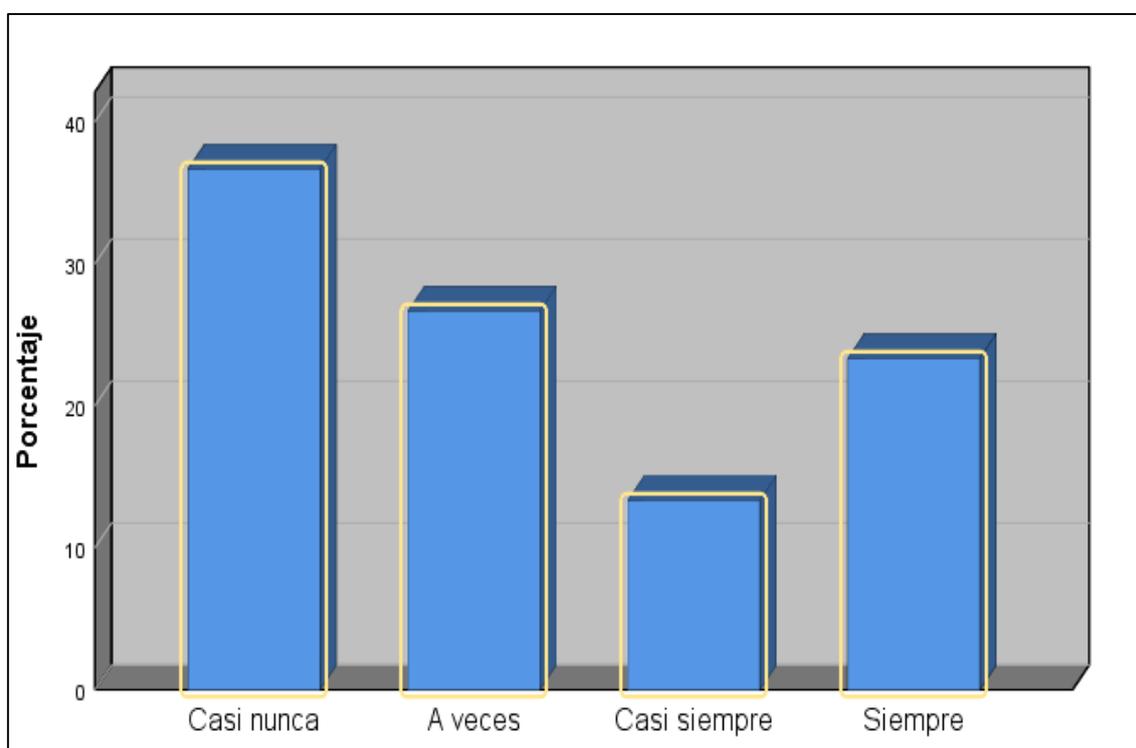


Gráfico 18: *Distribución del producto*

La Tabla 26 de la Figura 18 muestra que de un total de 30 interrogados equivalentes al 100%, es importante que la distribución completa de los productos afecte la utilidad de la compañía. El 23,3% (7 interrogados) dijo siempre, el 13,3% (4 interrogados) dijo casi siempre, el 26,7% (8 interrogados) dijo a veces, y el 36,7% (11 interrogados) dijo Casi nunca, cuando se le preguntó.

4.2.2 Variable 2: Rentabilidad

4.2.2.1 Dimensión: Generar beneficios

Tabla 27: El control de costos está asociado a un planeamiento estratégico.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	3	10,0	10,0	10,0
	A veces	3	10,0	10,0	20,0
	Casi siempre	11	36,7	36,7	56,7
	Siempre	13	43,3	43,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS vs 25

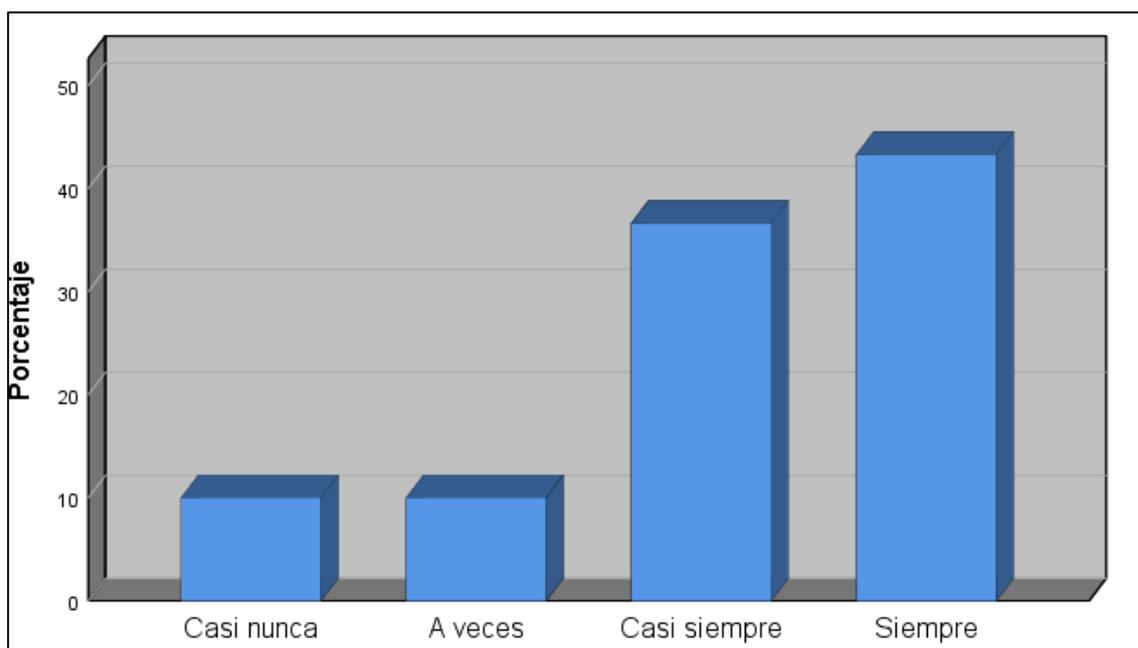


Gráfico 19: Distribución del producto

La tabla 27 de la Figura 19 se observa que equivale al 100% de un total de 30 interrogados, es importante si se cree que el control de costos debe estar asociado a la planificación estratégica. El 43,3% (13 interrogados) dijo siempre, el 36,7% (11 interrogados) dijo casi siempre, el 10% (3 interrogados) dijo a veces, y el 10% (3 interrogados) dijo Casi nunca.

Tabla 28: En control de ventas debe ser analizado a diario por las tiendas, determinando cuál de ellas no está cumpliendo con la meta establecida

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi siempre	12	40,0	40,0	40,0
	Siempre	18	60,0	60,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS vs 25

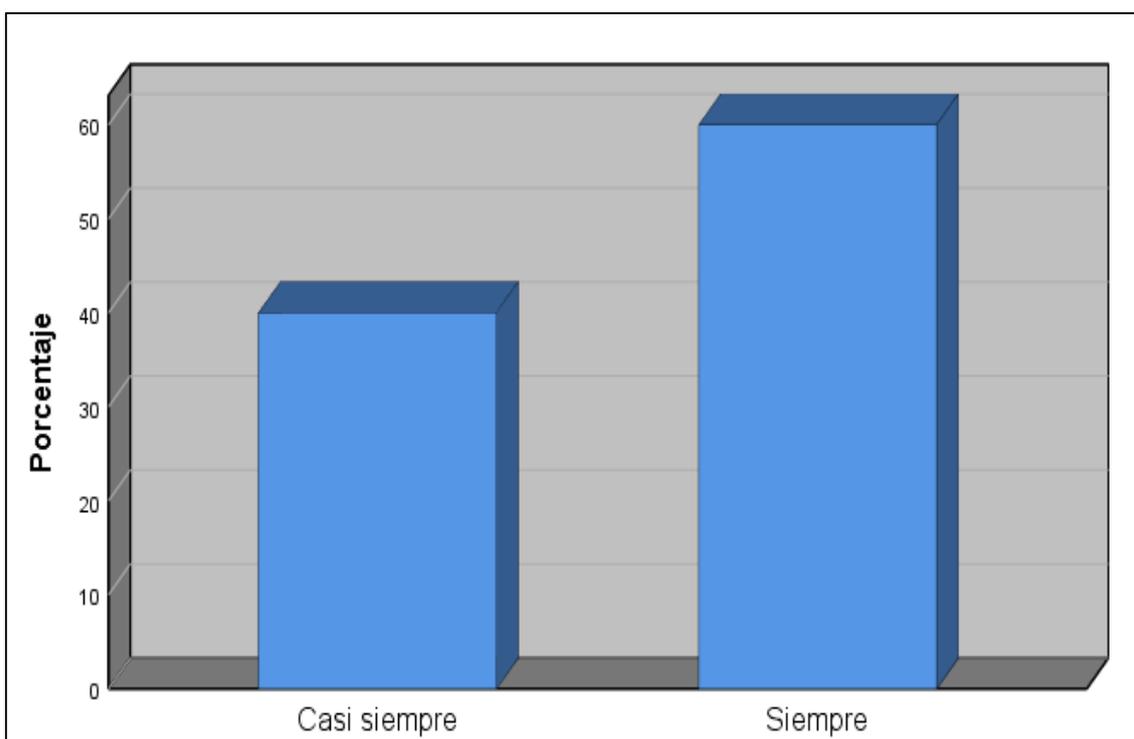


Gráfico 20: Control de Ventas

La Tabla 28 en la Figura 20 muestra que entre los 30 interrogados, equivale al 100%. Si se considera importante, la tienda debe analizar el control de control de ventas todos los días para decretar el 60% del área de menores ingresos (18 interrogados) Dijo siempre, el 40% (12 interrogados) dijo casi siempre, al responder preguntas.

Tabla 29: Es importante conocer cuáles son mis costos directos e indirectos para llevar un correcto control de costos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	8	26,7	26,7	26,7
	A veces	7	23,3	23,3	50,0
	Casi siempre	5	16,7	16,7	66,7
	Siempre	10	33,3	33,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Alcances alcanzados del Software SPSS versión 25

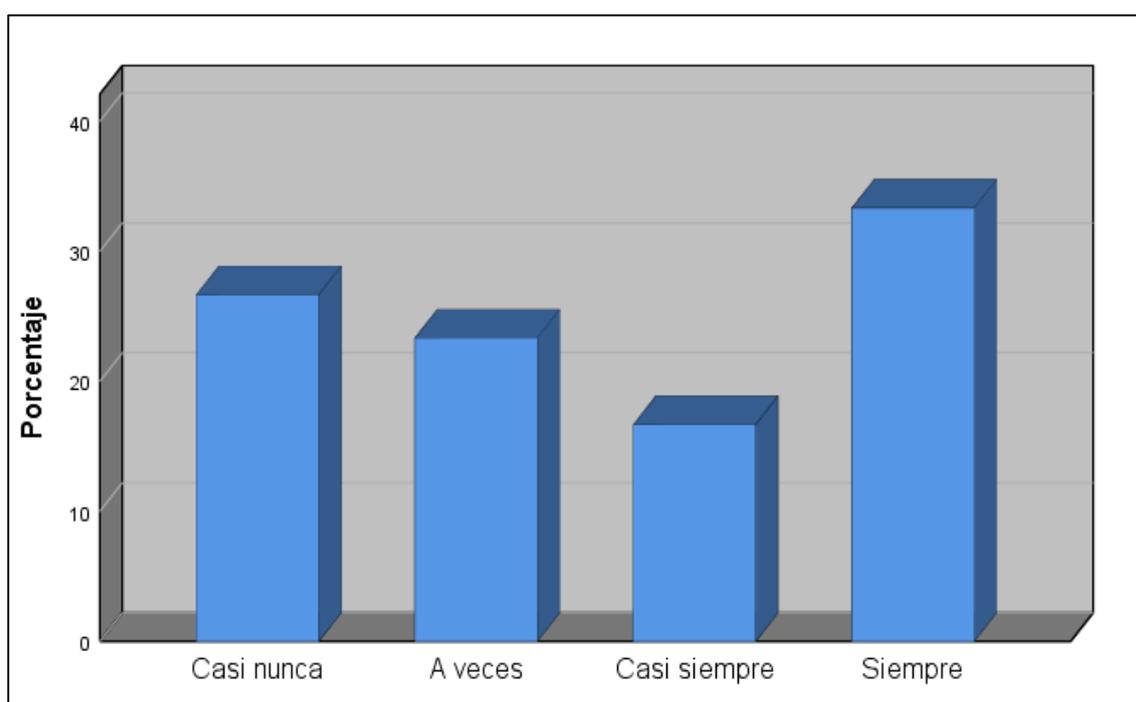


Gráfico 21: Control Costos

Se puede ver en la Tabla 29 en la Figura 21 que entre los 30 interrogados, es equivalente al 100% si cree que es importante comprender mis costos directos e indirectos, para mantener un control de costos correcto. El 33,3% (10 interrogados) dijo siempre, el 16,7% (5 interrogados) dijo casi siempre, el 23,3% (7 interrogados) dijo a veces, y el 26,7% (8 interrogados) dijo Casi nunca, cuando se le preguntó.

Tabla 30: Para ejecutar un control de gastos detallado se debe analizar por cuenta de gasto y no por el resultado total.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	1	3,3	3,3	3,3
	Casi siempre	15	50,0	50,0	53,3
	Siempre	14	46,7	46,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS vs 25

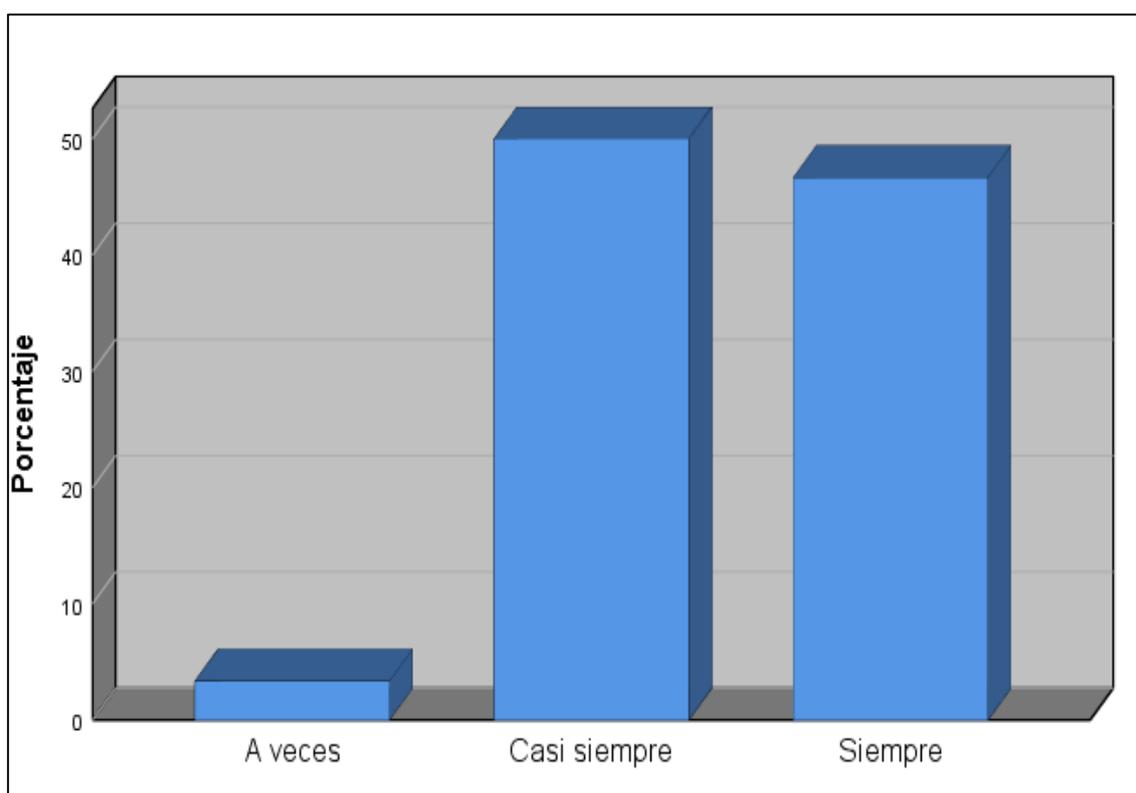


Gráfico 22: Control de Gastos

Se observa en la Tabla 30 de la Figura 22 que, entre un total de 30 interrogados, lo que equivale al 100%, si se considera importante el control detallado de los gastos, el análisis debe ejecutarse por cuenta de gastos y no por alcances totales. El 46,7% (14 interrogados) dijo siempre, el 50% (15 interrogados) dijo casi siempre, y el 3,3% (1 encuestado) dijo casi nunca, al responder preguntas.

Tabla 31: Es importante tener un control de ventas y para ejecutar acciones correctivas en caso haya una pérdida de ventas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	3,3	3,3	3,3
	A veces	11	36,7	36,7	40,0
	Casi siempre	7	23,3	23,3	63,3
	Siempre	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS vs 25

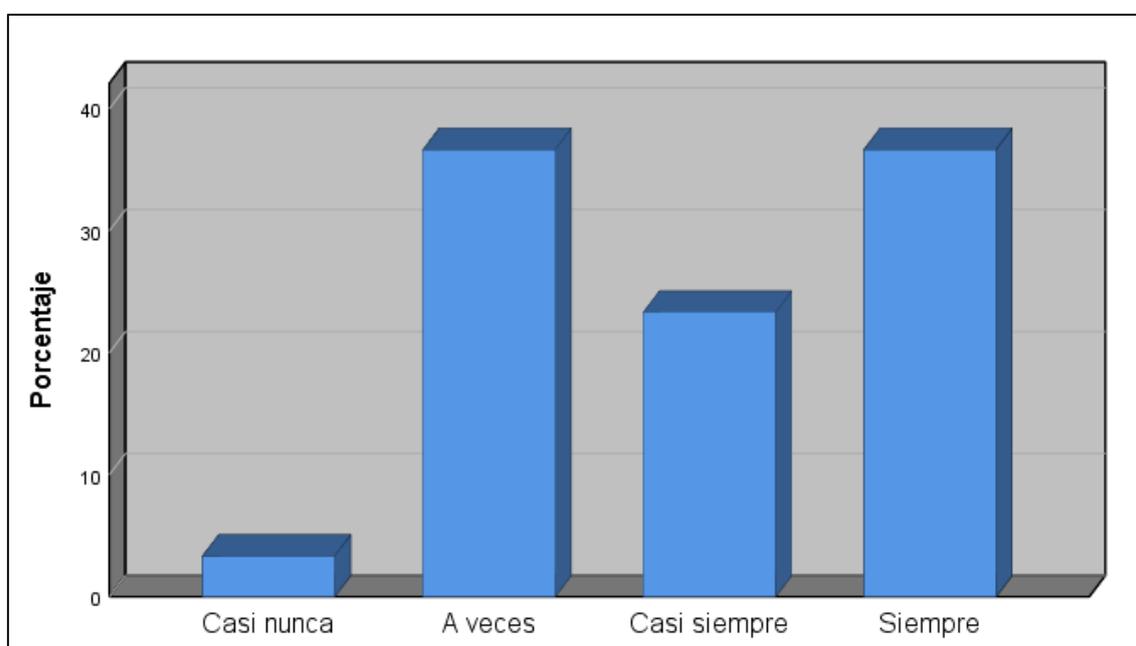


Gráfico 23: Control de Gastos

En la Tabla 31 de la Figura 23, se puede observar que entre los 30 interrogados, lo que equivale al 100%, es importante tener control de ventas para que se puedan tomar medidas correctivas en caso de pérdida de ventas. El 36,7% (11 interrogados) dijo siempre, el 23,3% (7 interrogados) dijo casi siempre, el 36,7% (11 interrogados) dijo a veces, y el 3,3% (1 encuestado) dijo Casi nunca cuando se le preguntó.

Tabla 32: Para analizar el control de gastos se debe tener un presupuesto de gasto anual

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	4	13,3	13,3	13,3
	A veces	11	36,7	36,7	50,0
	Casi siempre	13	43,3	43,3	93,3
	Siempre	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS vs 25

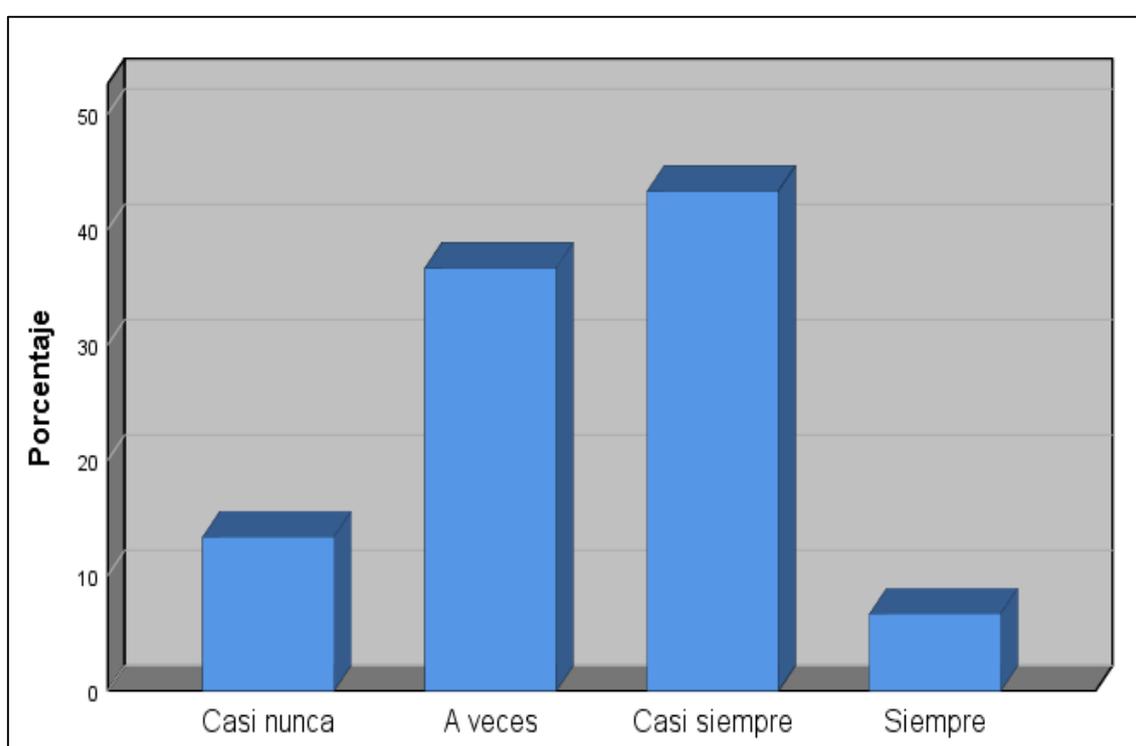


Gráfico 24: Control de Gastos

Se observa en la Tabla 32 de la Figura 24 que entre 30 interrogados esto equivale al 100%. Si se considera analizar el control de costos, se debe tener un presupuesto de costos anual. El 6,7% (2 interrogados) dijo siempre, el 43,3% (13 interrogados) dijo casi siempre, el 36,7% (11 interrogados) dijo a veces, y el 13,3% (4 interrogados) dijo Casi nunca cuando se le preguntó.

Tabla 33: El control de gastos sirve para el análisis en los Estados de Alcances

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	7	23,3	23,3	23,3
	A veces	9	30,0	30,0	53,3
	Casi siempre	13	43,3	43,3	96,7
	Siempre	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS vs 25

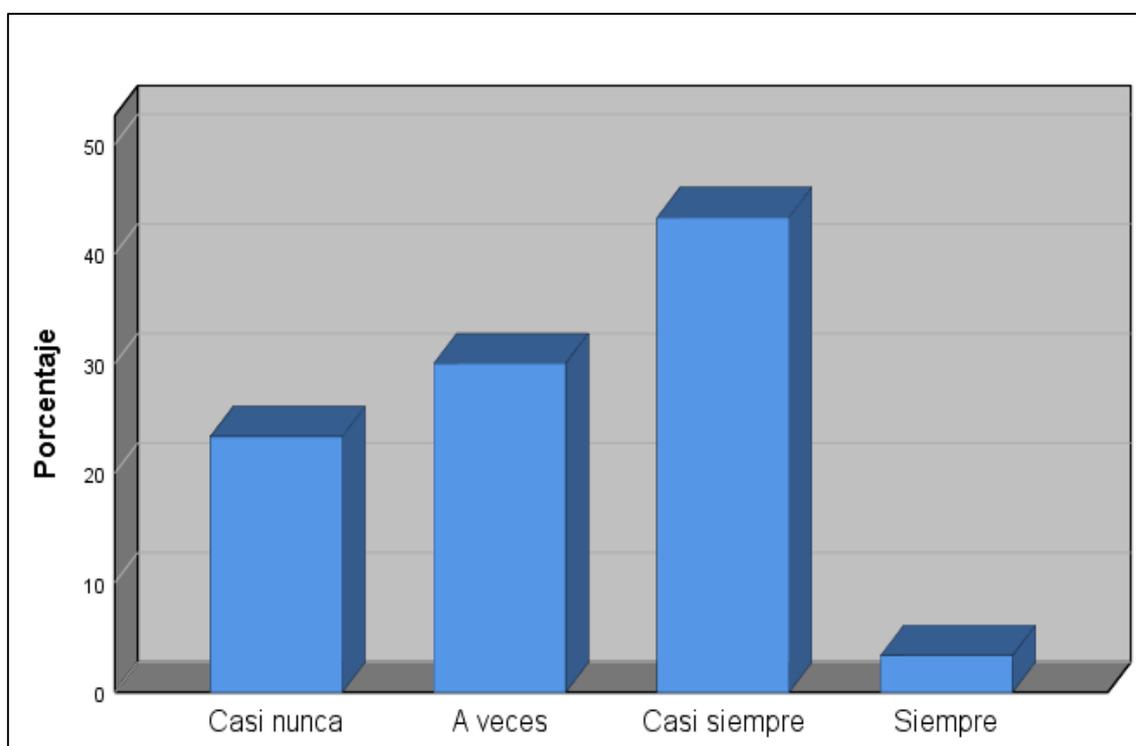


Gráfico 25: Control de gastos

Se observa en la Tabla 33 de la Figura 25 que, de un total de 30 interrogados, el 100% cree que el control de gastos se utiliza para el análisis en el estado de alcances. El 3,3% (1 encuestado) dijo siempre, el 43,3% (13 interrogados) dijo casi siempre, el 30% (9 interrogados) dijo a veces, y el 23,3% (7 interrogados) dijo Casi nunca, antes de hacer la pregunta.

Tabla 34: Para el control de ventas la compañía debe establecer metas y propósitos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	5	16,7	16,7	16,7
	A veces	4	13,3	13,3	30,0
	Casi siempre	19	63,3	63,3	93,3
	Siempre	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS vs 25

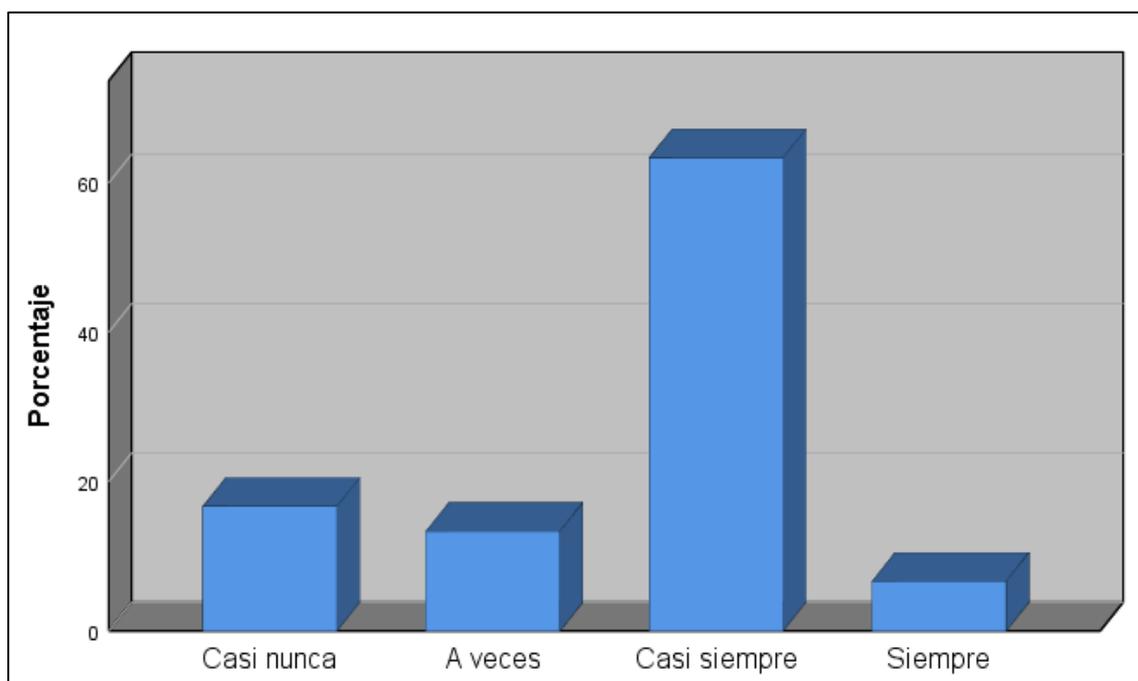


Gráfico 26: Control de Ventas

La Tabla 33 en la Figura 25 muestra que, de un total de 30 interrogados, equivale al 100%, es importante si piensa que el control de costos debe estar asociado con la planificación estratégica. El 6,7% (2 interrogados) dijo siempre, el 63,3% (19 interrogados) dijo casi siempre, el 13,3% (4 interrogados) dijo a veces, y el 16,7% (5 interrogados) dijo Casi nunca, cuando se le preguntó.

3.2.2.2 Dimensión: Recursos Empleados

Tabla 35: Los recursos materiales que cuenta la compañía son bienes que ayudan para el logro de los propósitos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	7	23,3	23,3	23,3
	A veces	13	43,3	43,3	66,7
	Casi siempre	4	13,3	13,3	80,0
	Siempre	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS vs 25

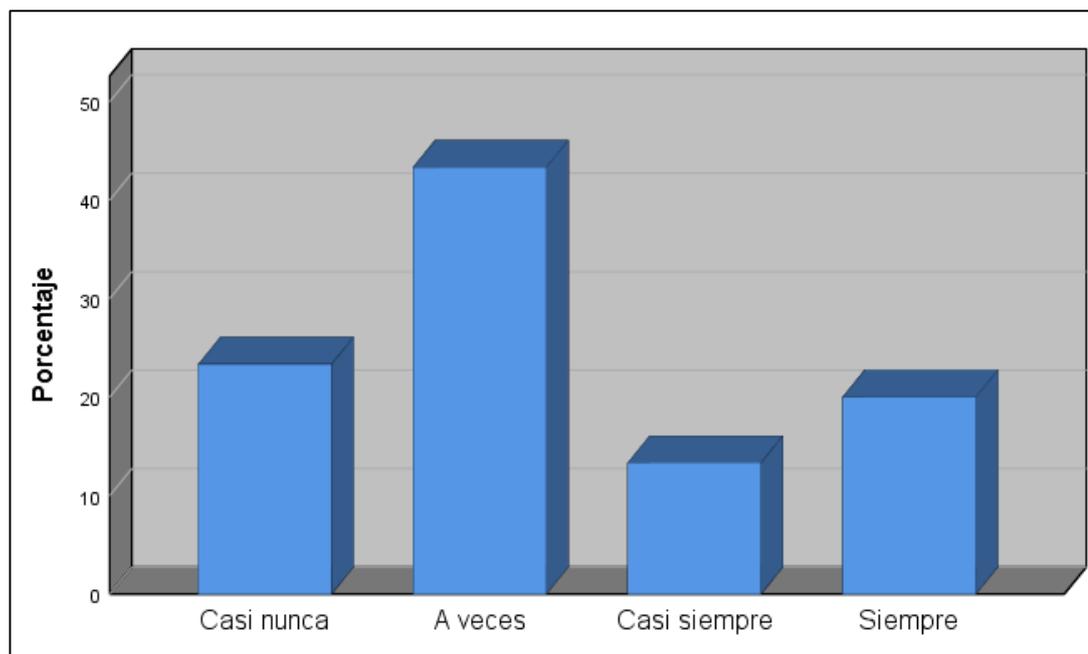


Gráfico 27: Recursos Materiales

La Tabla 35 de la Figura 27 muestra que al 100% de los 30 interrogados se les preguntó si los recursos materiales que posee la compañía son productos básicos que ayudan a lograr el propósito. El 20% (6 interrogados) dijo siempre, el 13,3% (4 interrogados) dijo casi siempre, el 43,3% (13 interrogados) dijo a veces, y el 23,3% (7 interrogados) dijo Casi nunca, antes de hacer la pregunta.

Tabla 36: Para la utilización de los recursos materiales se tiene que tener en cuenta el giro del negocio.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	4	13,3	13,3	13,3
	Casi siempre	9	30,0	30,0	43,3
	Siempre	17	56,7	56,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS vs 25

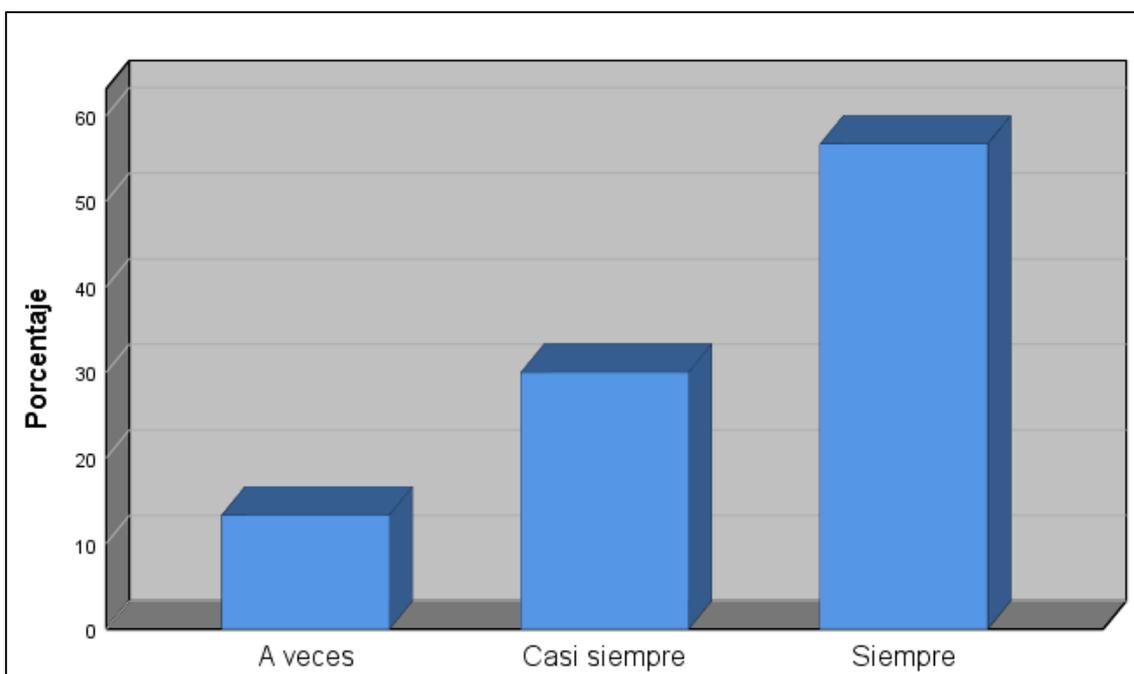


Gráfico 28: Recursos Materiales

La Tabla 36 en la Figura 28 muestra que cuando se le preguntó si el uso de recursos materiales debe considerar líneas de negocio, el 100% del total de 30 interrogados. El 56,7% (17 interrogados) dijo que siempre, el 30% (9 interrogados) dijo casi siempre, el 13,3% (4 interrogados) dijo a veces, al responder preguntas.

Tabla 37: Los recursos financieros decretar la liquidez de la compañía.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi siempre	23	76,7	76,7	76,7
	Siempre	7	23,3	23,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS vs 25

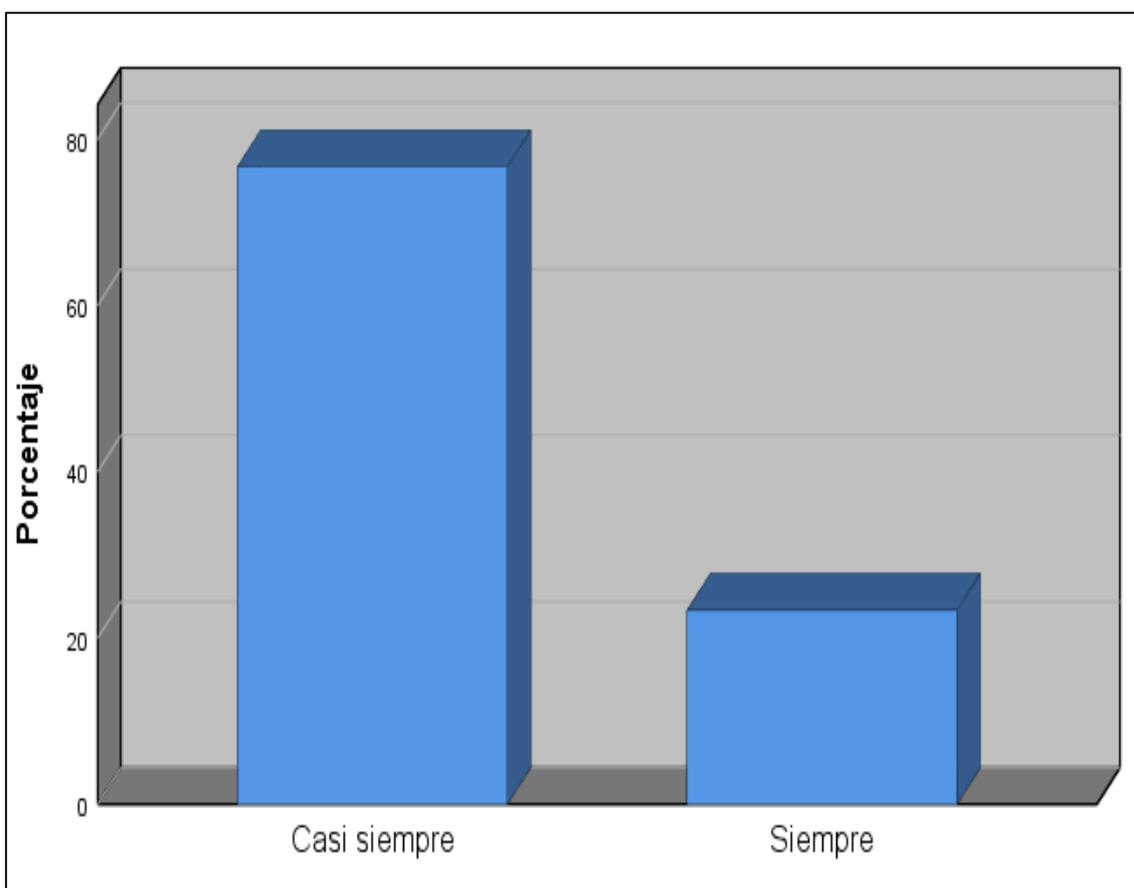


Gráfico 29: Recursos Financieros

La Tabla 37 de la Figura 29 muestra que cuando se le pregunta si los recursos financieros determinan la liquidez de la compañía, la proporción de un total de 30 interrogados equivale al 100%. El 23,3% (7 interrogados) dijo siempre, el 76,3% (23 interrogados) dijo que casi nunca, antes de hacer una pregunta.

Tabla 38: Para llevar un adecuado uso de los recursos financieros se deberá tener en cuenta los alcances de la compañía.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	14	46,7	46,7	46,7
	Casi siempre	12	40,0	40,0	86,7
	Siempre	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS vs 25

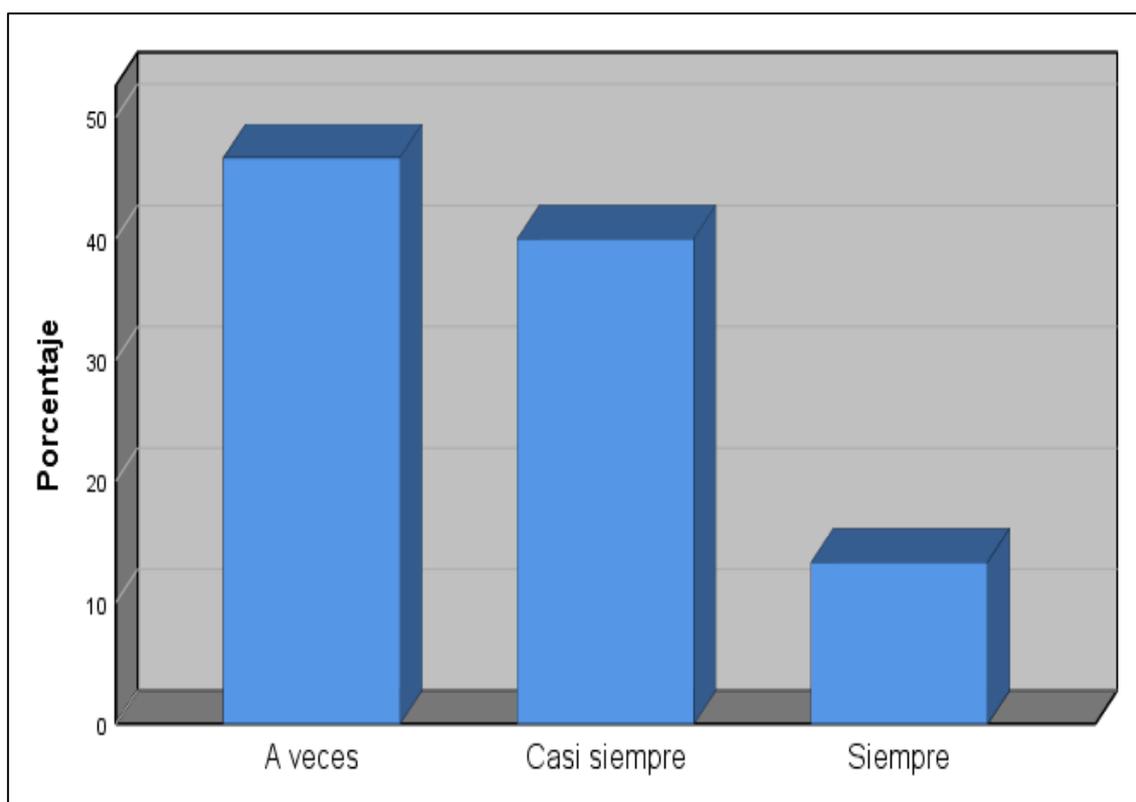


Gráfico 30: Recursos Financieros

La Tabla 38 en la Figura 30 muestra que, de un total de 30 interrogados, equivale al 100%. Cuando se le pide que haga un uso completo de los recursos financieros, los alcances de la compañía deben considerarse 3% (4 interrogados), El 40% (12 interrogados) dijo casi siempre, el 46,7% (14 interrogados) dijo a veces, al responder preguntas.

Tabla 39: Para contar con un recurso humano comprometido se deberá capacitar al personal.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	3,3	3,3	3,3
	A veces	18	60,0	60,0	63,3
	Casi siempre	3	10,0	10,0	73,3
	Siempre	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS vs 25

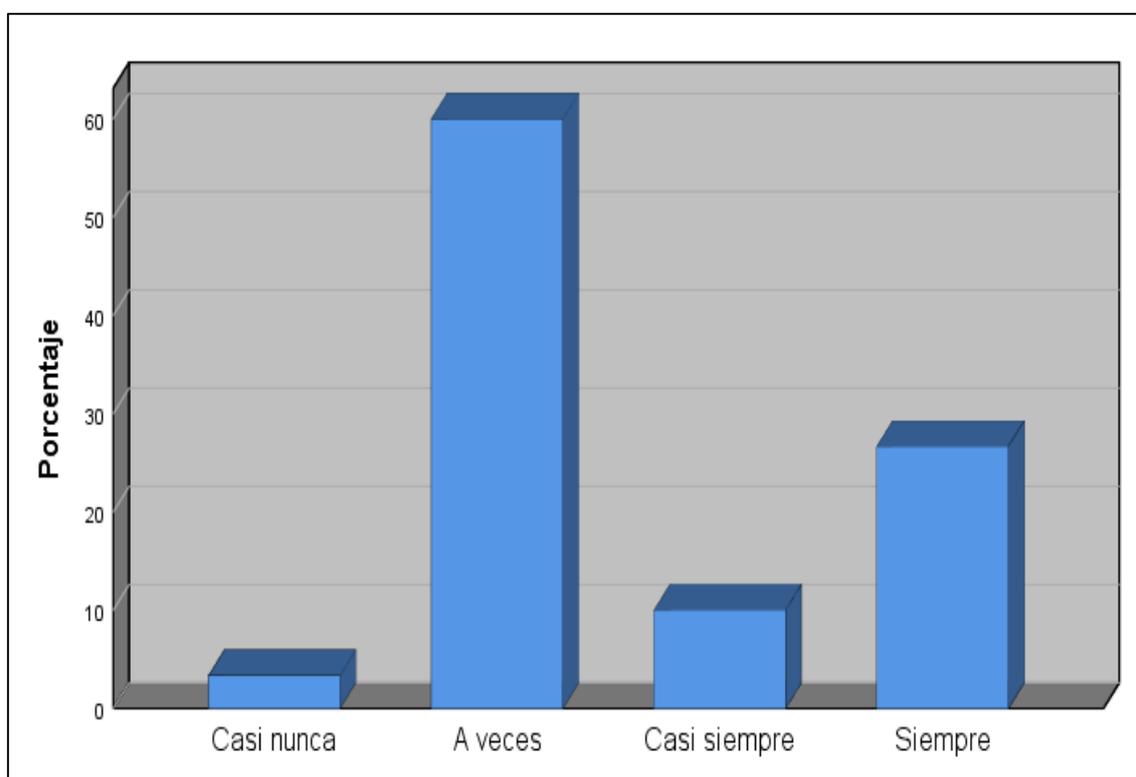


Gráfico 31: Recurso Humano

La Tabla 39 de la Figura 31 muestra que, de un total de 30 interrogados, lo que equivale al 100%, los empleados deben ser capacitados cuando se requiere que tengan recursos humanos comprometidos. El 26,7% (8 interrogados) dijo siempre, el 10% (3 interrogados) dijo casi siempre, el 60% (18 interrogados) y el 3,3% (1 encuestado) dijo a veces, cuando se le preguntó sobre la finalización.

Tabla 40: Considera que un valor agregado en cuanto al recurso humano es pagarle todos sus beneficios.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	11	36,7	36,7	36,7
	Casi siempre	10	33,3	33,3	70,0
	Siempre	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS vs 25

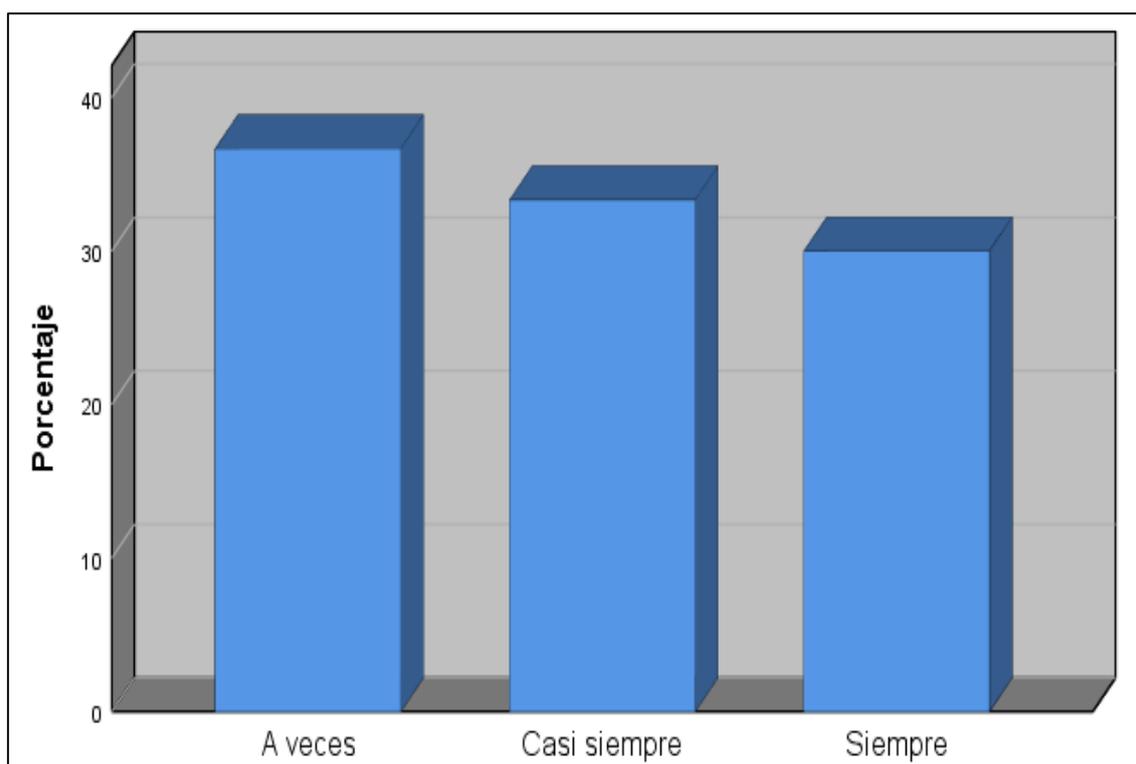


Gráfico 32: Recurso Humano

En la tabla 40 del gráfico 32 se observa que del total de interrogados de 30 interrogados que equivale al 100%, ante la pregunta considera que un valor agregado en cuanto al recurso humano es pagarle todos sus beneficios. Un 30% (9 interrogados) indicó que siempre, 33,3% (10 interrogados) indicó que casi siempre, un 36,7% (11 interrogados), en tanto un 3,3% (1 encuestado) indicaron a veces, ante la pregunta ejecutada.

Tabla 41: El recurso tecnológico ayuda a tener la información en el momento oportuno

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	14	46,7	46,7	46,7
	Casi siempre	7	23,3	23,3	70,0
	Siempre	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS vs 25

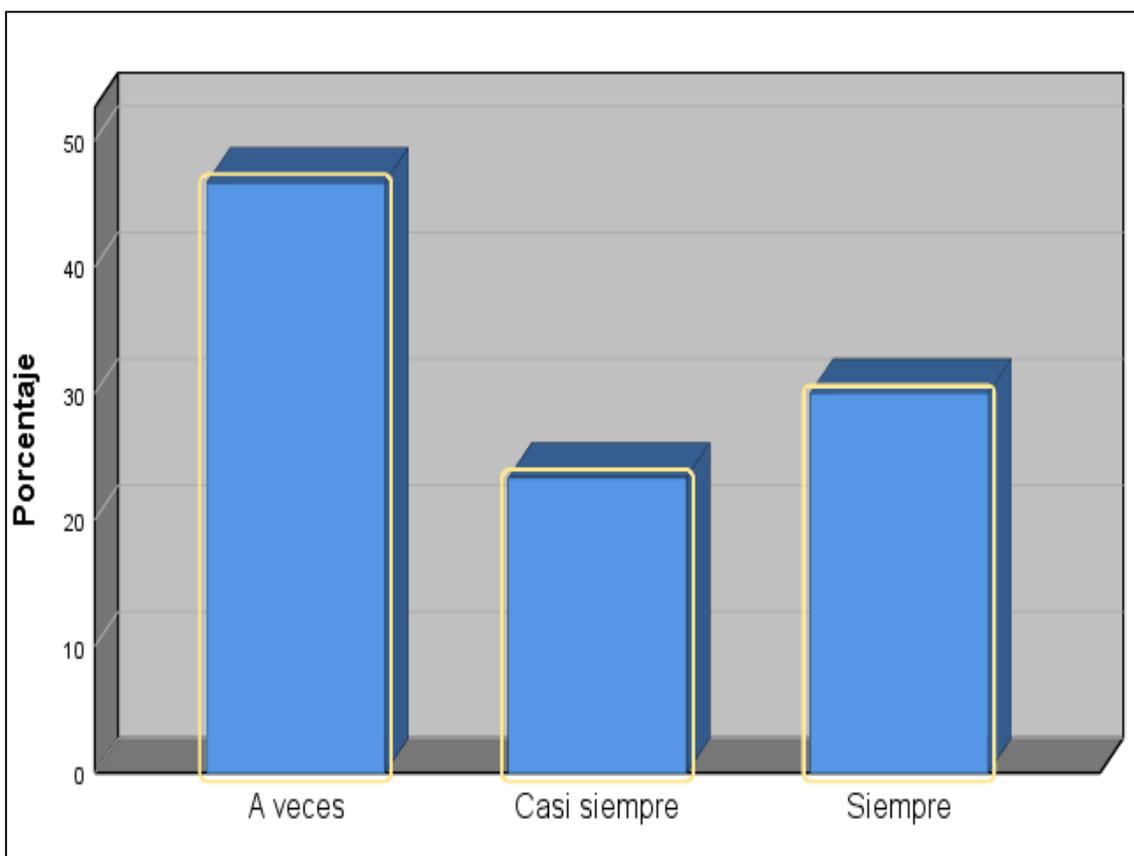


Gráfico 33: Recurso Tecnológico

En la tabla 41 del gráfico 33 se observa que del total de interrogados de 30 interrogados que equivale al 100%, ante la pregunta el recurso tecnológico ayuda a tener la información en el momento oportuno. Un 30% (9 interrogados) indicó que siempre, 23,3% (7 interrogados) indicó que casi siempre, un 46,7% (14 interrogados), indicaron a veces, ante la pregunta ejecutada

Tabla 42: Tener un recurso tecnológico integrado ayuda a tener mayor comunicación entre las áreas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	5	16,7	16,7	16,7
	A veces	10	33,3	33,3	50,0
	Casi siempre	6	20,0	20,0	70,0
	Siempre	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS vs 25

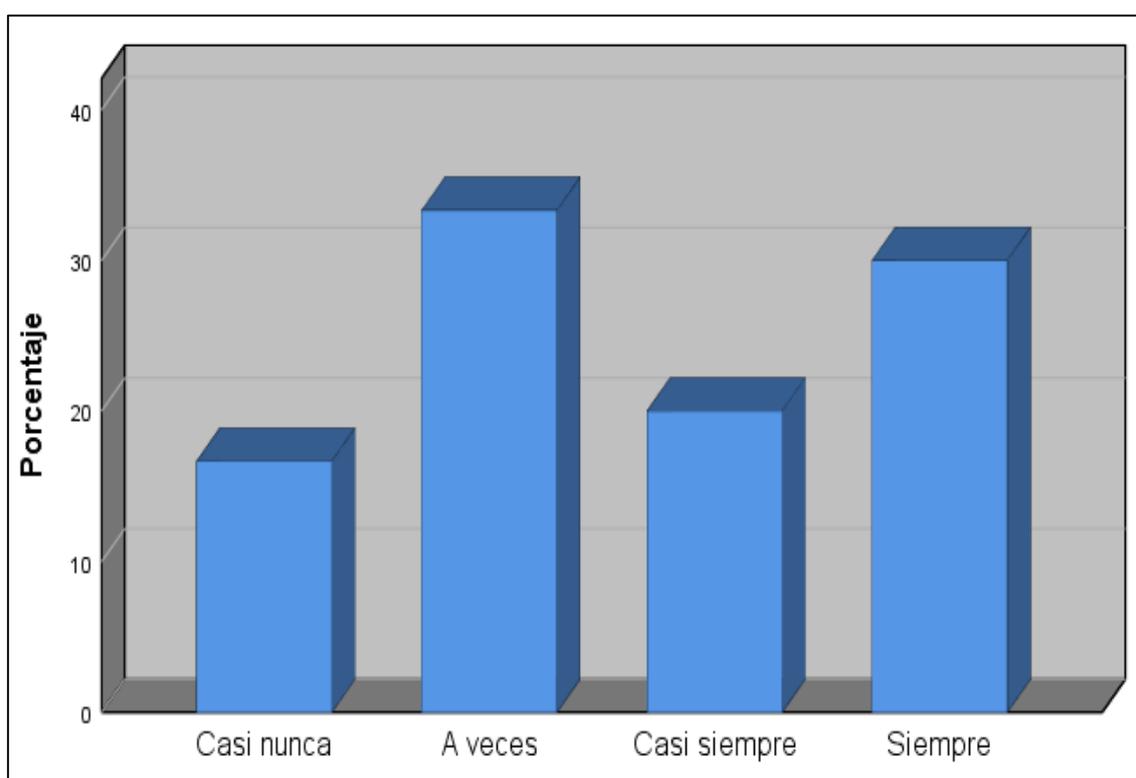


Gráfico 34: Recurso Tecnológico

En la tabla 42 del gráfico 34 se observa que del total de interrogados de 30 interrogados que equivale al 100%, ante la pregunta de tener un recurso tecnológico integrado ayuda a tener mayor comunicación entre las áreas. Un 30% (9 interrogados) indicó que siempre, 20% (6 interrogados) indicó que casi siempre, un 33,3% (10 interrogados), indicaron a veces, en tanto 16,7% (5 interrogados) indicaron casi nunca, ante la interrogación ejecutada

4.2 Validación de Hipótesis

Se validará con la correlación Rho Spearman, lo cual exhibe el grado de correspondencia entre variables, una vez que el dato obtenido se acerca más a 1 y su significancia es minúsculo a 0.5, más potente es la correlación.

Tabla 43: Coeficiente de Correlación Pearson

Valor	Interpretación	Relación
0,00 a 0,19	"r" DEBIL	Relación casi nula
0,20 a 0,39	"r" BAJA	Relación definida pero débil
0,40 a 0,69	"r" MODERADA	Relación consistente
0,70 a 0,89	"r" ALTA	Relación marcada
0,90 a 1:00	"r" VERDADERAMENTE ALTA	Relación muy marcada

Fuente: Valderrama (2015)

4.2.1 Prueba de Hipótesis General

HG: El control de logístico se relaciona con la utilidad en las tiendas por departamento del distrito de San Isidro, 2018.

HN: El control de logístico no se relaciona con la utilidad en las tiendas por departamento del distrito de San Isidro, 2018

Tabla 44: Correlación entre variables Control Logístico y Utilidad

		Control Logístico		Utilidad
Rho de Spearman	Control Logístico	Coeficiente de correlación	1,000	,605**
		Sig. (bilateral)	.	,000
			N	30
	Utilidad	Coeficiente de correlación	,605**	1,000
Sig. (bilateral)		,000	.	
		N	30	

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: SPSS vs 25

El Rho Spearman nos indica que el coeficiente ,605 nos determina que la correlación es consistente y moderada para la correlación de las variables Control Logístico y Utilidad.

Para lo cual el Sig (bilateral) debería ser minúsculo a 0,05 para descartar H0. Por tanto, para el cálculo de correlación de ambas variables nos arroja un resultado de ,000 lo cual indica que aceptamos la hipótesis general de la indagación: El control de logístico se atañe con la utilidad en las tiendas por departamento, San Isidro, 2018, y se impugna HN.

4.2.1.1 Prueba de Hipótesis Especifica 1

HE1: El control de logística se relaciona con generar beneficios en tiendas por departamento del distrito de San Isidro, 2018.

HE1N: El control de logística no se relaciona con generar beneficios en tiendas por departamento del distrito de San Isidro, 2018

Tabla 45: Correlación entre variable Control Logístico y dimensión Generar Beneficios

<i>Correlaciones</i>			Control Logístico	Generar beneficios
Rho de Spearman	Control Logístico	Coeficiente de correlación	1,000	,505**
		Sig. (bilateral)	.	,004
		N	30	30
	Generar beneficios	Coeficiente de correlación	,505**	1,000
		Sig. (bilateral)	,004	.
		N	30	30

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: SPSS vs 25

El Rho Spearman nos indica el coeficiente ,505 nos determina que la correlación es consistente y moderada para la correlación de las variables Control Logístico y dimensión generar beneficios.

Para lo cual el Sig (bilateral) debería ser minúsculo a 0,05 para descartar H0. entonces, para el cálculo de relación de la variable Control Logístico y dimensión generar beneficios nos proyecta un resultado de ,000 lo cual indica que aceptamos H1 en la indagación: El control de logística se concierne con los recursos empleados en tiendas por departamento, San Isidro, 2018 y se rechaza HE1N.

4.2.1.2 Prueba de Hipótesis Específica 2

HE2: El control de logística se relaciona con los recursos empleados en tiendas por departamento del distrito de San Isidro, 2018

HE2N: El control de logística no se relaciona con los recursos empleados en tiendas por departamento del distrito de San Isidro, 2018

Tabla 46: *Correlación entre variable Control Logístico y dimensión Recursos Empleados*

Correlaciones

			Control Logístico	Recursos Empleados
Rho de Spearman	Control Logístico	Coeficiente de correlación	1,000	,736**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	Recursos Empleados	Coeficiente de correlación	,736**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: SPSS vs 25

El Rho Spearman nos indica el coeficiente ,736 nos determina que la correlación es alta y marcada para la correlación de las variables Control Logístico y la dimensión recursos empleados.

Para lo cual el Sig (bilateral) debería ser minúsculo a 0,05 para descartar H0. entonces, para el cálculo de relación de la variable Control Logístico y dimensión recursos empleados nos proyecta un resultado de ,000 lo cual indica que aceptamos H1 en la indagación: El control de logística se concierne con los recursos empleados en tiendas por departamento, San Isidro, 2018 y se rechaza HE2N.

3.3 Tablas Cruzadas

Tabla 47: *Tabla Cruzada entre Control Logístico y Utilidad*

			Utilidad (Agrupada)		
			Medio	Alto	Total
Control Logístico (Agrupada)	Medio	Recuento	4	3	7
		% del total	13,3%	10,0%	23,3%
	Alto	Recuento	10	13	23
		% del total	33,3%	43,3%	76,7%
Total	Recuento		14	16	30
	% del total		46,7%	53,3%	100,0%

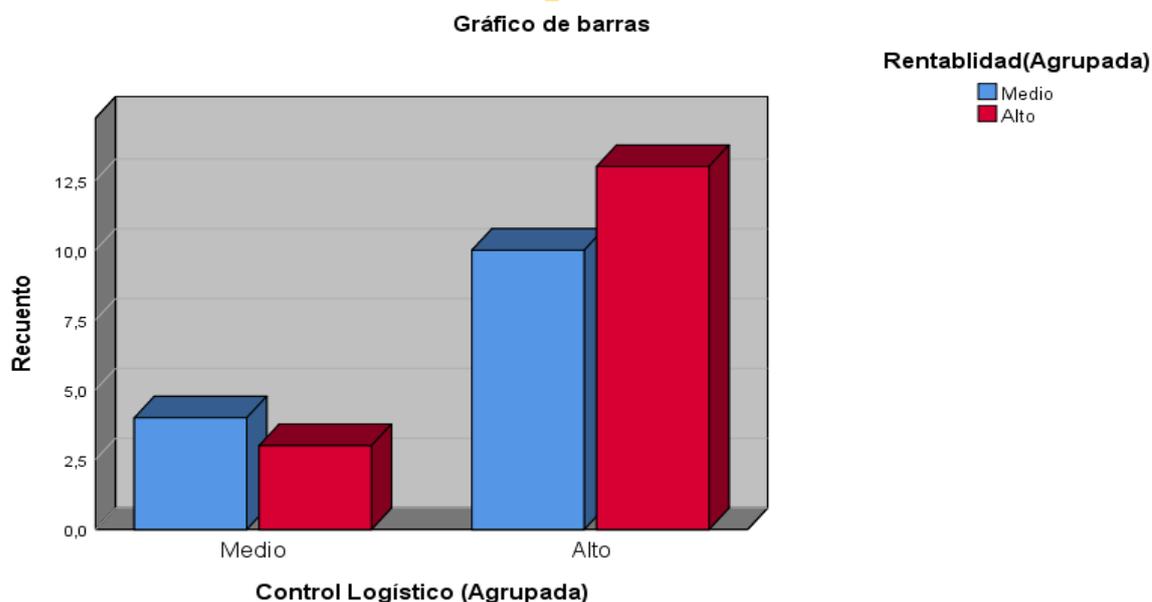


Gráfico 35: *Control Logístico y Utilidad*

En la tabla 47, del gráfico 35 muestra la medición del Control Logístico y la Utilidad, en los subsiguientes requisitos de 30 antecedentes cotizados 23 inspeccionan un Control Logístico alto mientras que 7 indican bajo, con proporción a la Utilidad de los 30 antecedentes justipreciados 16 indicaron que la Utilidad muestra un nivel alto en tanto 14 indican que el nivel es medio.

Tabla 48: Tabla cruzada Control Logístico y Generar beneficios

		Generar beneficios (Agrupada)			
		Medio	Alto	Total	
Control Logístico (Agrupada)	Medio	Recuento	4	3	7
		% del total	13,3%	10,0%	23,3%
	Alto	Recuento	5	18	23
		% del total	16,7%	60,0%	76,7%
Total		Recuento	9	21	30
		% del total	30,0%	70,0%	100,0%

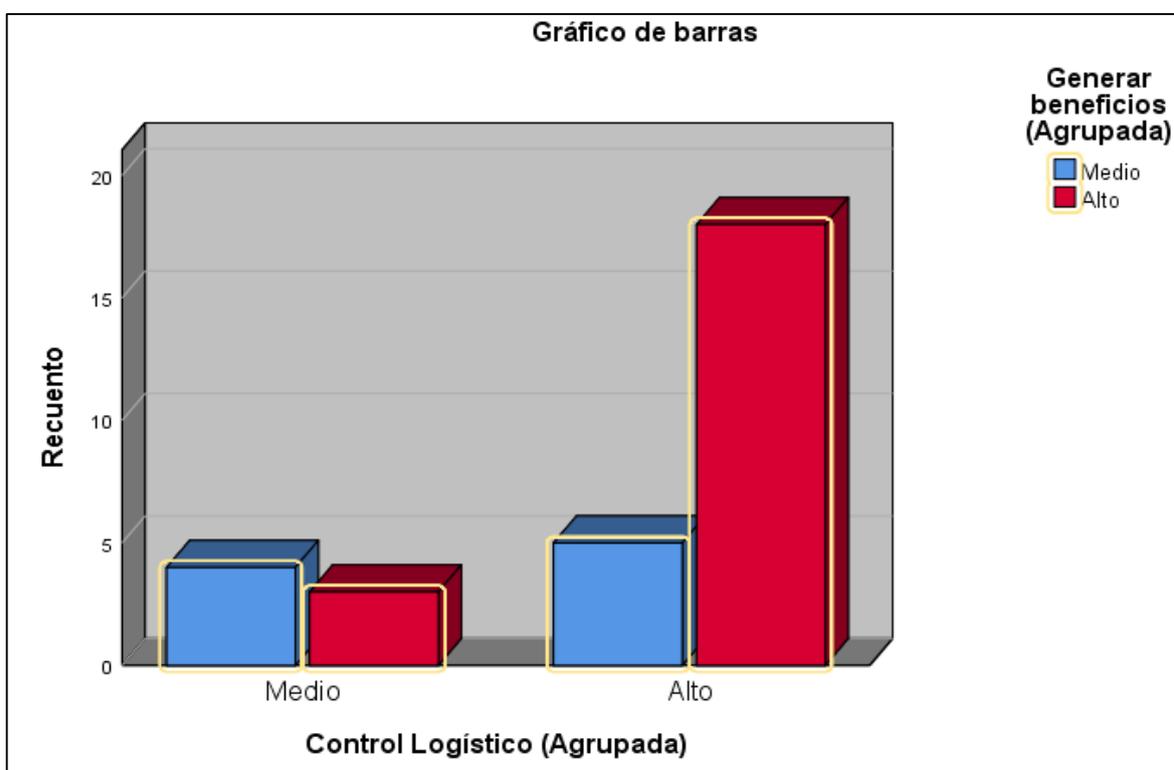


Gráfico 36: Control Logístico y Generar beneficios

En la tabla 48, del grafico 36, exhibe el cálculo de la medida del Control Logístico y Generar provecho los cuales detalla que para el Control Logístico de 30 interrogados 23 indican que es alto en tanto 7 indicaron que es medio; para la Generación de Beneficios de 30 interrogados 21 indican que es alto mientras que 9 indican que es medio.

Tabla 49: *Tabla cruzada Control Logístico y Recursos Empleados*

		Recursos Empleados (Agrupada)			
		Medio	"Alto"	Total	
Control Logístico (Agrupada)	Medio	Recuento	4	3	7
		% del total	13,3%	10,0%	23,3%
	Alto	Recuento	9	14	23
		% del total	30,0%	46,7%	76,7%
Total	Recuento	13	17	30	
	% del total	43,3%	56,7%	100,0%	

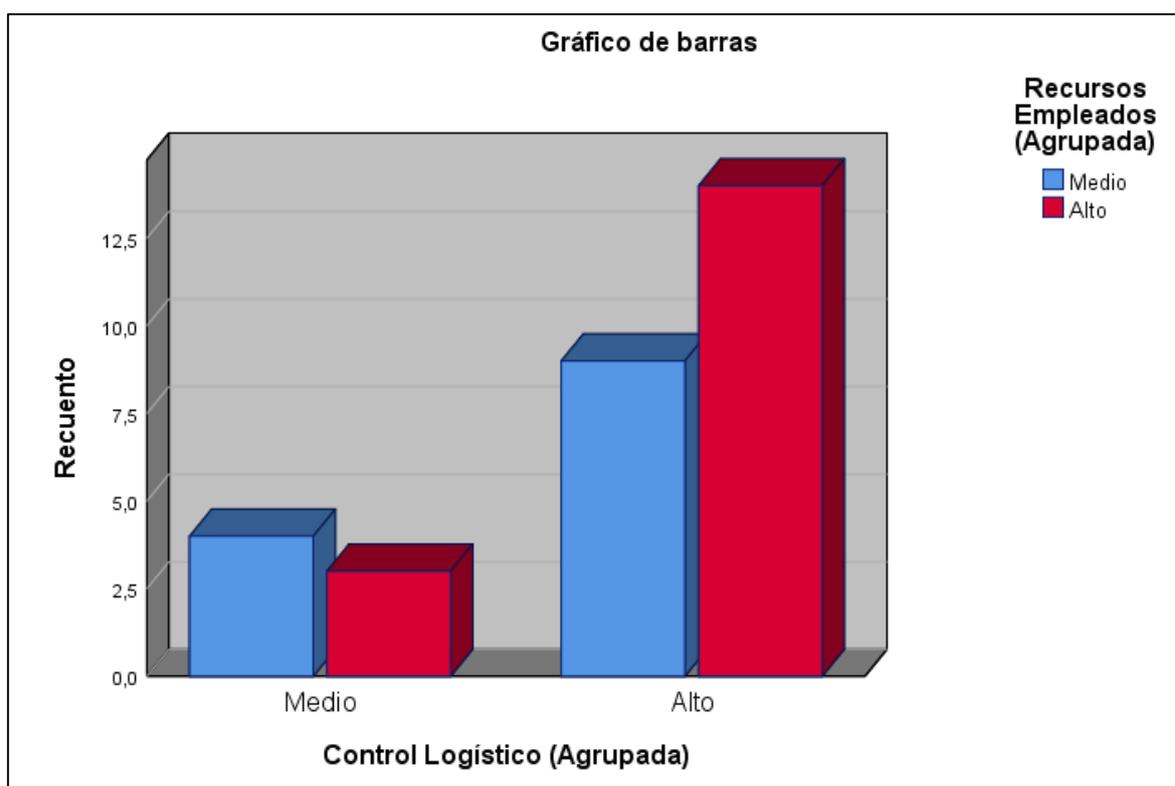


Gráfico 37: *Control Logístico y Recursos Empleados*

En la tabla 49 del grafico 37, exhibe el cálculo de la medida del Control Logístico y Recursos Empleados los cuales detalle que para el Control Logístico del total de 30 interrogados 23 indican que es alto mientras que 7 indican que es medio, para los Recursos Empleados del total de 30 interrogados 17 registraron que es alto, mientras que 13 indicaron es medio.

V DISCUSIÓN

Según la conclusión de León, Neira (2017) en el control interno de la gestión logística de Avinka SA, no existe una política de selección de proveedores, lo que reducirá los defectos en el proceso de aprovisionamiento y tomará la mejor opción del mercado., teniendo en cuenta su impacto en la capacidad de respuesta de la compañía, documentación de producto actualizada con las características requeridas en cuanto a calidad, empaque, precio y condiciones de entrega. Y de acuerdo con los alcances de esta encuesta en la Tabla N ° 4, el 40% de los 32 interrogados dijo que, al elegir un proveedor, también deben medir la experiencia de campo y los logros comerciales que respaldan sus metas laborales. Pueden suministrar la mercancía solicitada en el tiempo especificado y respetar las condiciones pactadas en el contrato. En vista de que, si el proveedor no tiene con el apoyo que cumpla con algún requisito, debemos tener la opción de otros proveedores que puedan brindar el mismo producto. Por lo tanto, a la hora de elegir un proveedor, los requisitos de la compañía son convenientes y este caerá. en las ventas de la tienda., con el fin de suministrar productos a las tiendas para satisfacer la demanda a precios competitivos y el inventario necesario.

De acuerdo con la propuesta de Lozano, Tenorio (2016) titulada Sistema de control interno de Corporación Selva Verde SAC en el ámbito de la logística de la compañía; la conclusión es que se utilizan medios suficientes para transportar el producto, evitando así el deterioro en el proceso de entrega, debido a que el transporte es generalmente la logística de la mayoría de las compañías Una parte importante del costo tiene un impacto considerable en la utilidad de la compañía. De acuerdo con los alcances de la Tabla 5, el 46.7% de las personas dijo que al evaluar a los operadores de transporte, es necesario entender las garantías (tiempo, servicio, reclamos) que brindan, pues la compra ahora se ejecuta de manera virtual, lo que los lleva a recurrir a La compañía de transporte para la entrega Ellos, pero teniendo en cuenta las condiciones que brindan para nuestros productos, por lo tanto, si no se entregan en el lugar adecuado a tiempo debido a una mala coordinación, estaremos en riesgo. Debe buscar otras opciones que brindan lo mismo, pero con las mismas funciones y mejores servicios. En el ámbito de los grandes almacenes, tenemos varias compañías que ofrecen los mismos productos, pero solo los servicios pueden marcar la diferencia entre ellas.

Según Morales (2015) titulado "Logística empresarial y Utilidad del Distribuidor Dimar", muestra que las metas y propósitos de la compañía en cada campo son críticos para la operación y desarrollo de la compañía, y el 55% de ellos indica que ha sido muy aceptable. evita distracciones en el camino y permite que los empleados se enfoquen en lograr sus alcances y metas; cuando te esfuerces por lograr tus metas, toda tu energía y esfuerzo irá encaminado a lograrlas, lo que generará esfuerzo en todas las áreas para lograr estas la meta. En la encuesta actual en la Tabla N ° 27, el 63,3% dijo que para controlar correctamente se deben considerar las metas y propósitos marcados por la compañía, que son específicos, medibles, alcanzables, realistas y estimados oportunamente. pueden ser ejecutados por la compañía, lo que asegura que tiene una dirección y brinda orientación para las decisiones del día a día para decretar las acciones correctivas. Cada organización diseña constantemente planes generales y específicos para lograr sus propósitos de éxito. Es por eso que los gerentes deben decretar las metas que desean alcanzar como organización y luego desarrollar un plan estratégico para lograr estos alcances, y cada departamento debe desarrollar su propio plan.

De acuerdo con Díaz y Aguilar (2016) en su trabajo el impacto de la gestión logística en la utilidad de la compañía productora y comercializadora de alimentos Ninalac SAC, el uso correcto de los sistemas informáticos afecta en gran medida la gestión de decisiones debido a las últimas compras, ventas, inventario y otra información. Con el fin de decretar si las cuentas por pagar y las cuentas por cobrar se manejan al mismo tiempo; si no hay cambio se controlará el inventario dentro del rango que no incurrirá en gastos para la compañía, De acuerdo con la indagación ejecutada en la Tabla 34, el 46.7% de las personas dijo que los recursos técnicos ayudan a obtener información en el momento adecuado, y cooperan con todas las áreas para actualizar la información e ingresar todos los documentos de gastos, ingresos, inventarios. Esto decretará decisiones decisivas, por lo que las funciones de cada empleado deben ser evaluadas y ejecutadas de manera continua de acuerdo con las políticas y manuales establecidos. Si bien la tecnología de la información brinda beneficios en la gestión empresarial, diversos estudios internacionales han confirmado que el uso de la tecnología de la información tiene un impacto positivo en la productividad y la utilidad.

Según el trabajo titulado Análisis de Utilidad Económica y Financiera en la Cooperativa de Ahorro y Crédito 27 de Loja propuesto por Jumbo (2013), el análisis de la cuenta de alcances muestra que existen grandes fluctuaciones, entre las que destaca el incremento de los gastos operativos por obligaciones de terceros es particularmente prominente. De acuerdo con los alcances de esta encuesta en la Tabla 26, el 3.3% de las personas cree que se está utilizando una adecuada gestión de gastos para analizar el estado de alcances. El estado de alcances es uno de los estados financieros básicos, es un documento que muestra la pérdida o el monto de la pérdida registrada en el sistema contable. Lo que obtienes en un cierto período de tiempo es el resultado del ejercicio. De esta manera, puede ayudarlo a comprender cómo se está desempeñando su negocio y cómo logra alcances positivos o negativos durante un período de tiempo, e identificar las fluctuaciones en el flujo de costos. Por lo tanto, decretaremos el aumento o disminución de estos montos mediante el análisis de cuentas.

VI CONCLUSIONES

Según la situación desarrollada se extraen las siguientes conclusiones:

Se determina que existe cierto grado de relación entre el control logístico y la utilidad de los grandes almacenes en San Ysidro año 2018. Como se muestra en la Tabla 37, cuando se usa la prueba estadística Rho de Spearman para comparación, determina que la correlación es consistente con el valor p bilateral Sig (0.000) y el coeficiente 0.605 y es moderada.

Se determina que existe cierto grado de relación entre el control logístico y la generación de ingresos de los grandes almacenes en San Ysidro año 2018. Como se muestra en la Tabla 38, cuando se compara con la prueba estadística Rho de Spearman, determina que la correlación es consistente con el valor p bilateral Sig (0.004) y el coeficiente 0.505 y es moderada.

Se determinó la relación entre el control logístico y los recursos utilizados por los grandes almacenes del distrito de San Ysidro año 2018. Como se muestra en la Tabla 39, cuando se usa la prueba estadística Rho de Spearman para la comparación, determina que la correlación es alta y se marca con un valor p bilateral Sig (0,000) y un coeficiente de 0,736.

VII RECOMENDACIONES

Tras alcances se ejecutan las siguientes propuestas:

Es necesario distribuir íntegramente los productos de acuerdo con la Tabla N ° 19 y formular el cronograma de entrega de los productos y rutas, lo que afectará la utilidad de la compañía; se deben cumplir ciertos parámetros, tales como: fecha de entrega pactada, aseguramiento de la calidad del producto, Etiquetado de productos, embalaje, exhibición, manipulación de productos. En los grandes almacenes la venta de los productos es directamente al consumidor final, por lo que, si los productos no son sometidos a control de calidad antes de ser comercializados, se pueden perder consumidores potenciales por ser productos de alta demanda y ubicados en otra compañía, lo que afecta las ventas, que es el factor principal en el análisis de utilidad.

Se recomienda que para coordinar las adquisiciones se deberá establecer un manual de selección de proveedores, según la tabla N° 9, Los “aliados” más importantes de una compañía son sus proveedores. Porque el éxito comercial depende en gran medida de nuestros proveedores. Encontrar estos “aliados” no es fácil y depende de muchos criterios y compañías. Tener un buen proveedor no solo significa un suministro de alta calidad, sino también precios bajos y competitivos. Su incapacidad para obtener los mejores insumos a un precio alto hace que el producto final sea más caro o, por el contrario, un producto de bajo costo con la calidad que muchas personas desean. Para evaluar según los estándares de cada compañía, se necesita información detallada sobre el proveedor y esta debe ser la más conveniente.

Se recomienda que tener un recurso tecnológico ayuda a tener la información en el momento oportuno según la tabla N°34, contar con sistema integrado para todas las áreas es importante así la información se tendría de forma integral, por lo contrario se valida que para las tiendas por departamento usan distintos programas que luego son cargados al sistema lo cual dificulta el tener la información a tiempo, porque si un área no tiene la información al día, las demás no podrían analizar sus cuentas y así decretar cualquier irregularidad a tiempo.

REFERENCIAS

- Buenas Prácticas Empresariales (2018) *La cadena de suministro*. Medellín Colombia.HerramientasEmpresariales.<http://herramientas.camaramedellin.com.co/Inicio/Buenaspracticasesmpresariales/BibliotecaProducci%C3%B3nyOperaciones/Lacadenadesuministroactoresycanales.aspx>.
- Caraballo Esteban Teodora (2013) *Análisis Contable Open Course Ware*. Universidad del Pais Vasco.
- Ccaccya Bautista Diana Angelica (2015) *Análisis de Rentabilidad de una empresa*. Revista Actualidad Empresarial N°341.
- Carpio Varas Jenniffer Pamela & Diaz Bueno Yesenia Denisse (2016) *Propuesta para mejorar la rentabilidad de la Empresa Corpevin*. Ecuador
- Carro R, Gonzales (2015) *Gestión de Costos*. Mar de Plata. Universidad Nacional Mar de la Plata.
- Castán Farrero, José María; López Parada, José; Núñez Carballosa, Ana (2012) *La Logística en la Empresa* Ediciones Pirámide. Bogotá Colombia
- Castellano Ramírez Andrés (2015) *Logística Comercial Internacional*. Universidad del Norte
- Cruzado Carrión Milagros Elizabeth (2014) *Implementación de un Sistema de Control Interno en el Proceso Logístico y su impacto en la rentabilidad de la Constructora Rio Bado SAC*. Perú.

- Díaz Bustamante Amalia Rosa & Aguilar Poémape José Roberto (2016) *Efecto de la Gestión Logístico en la Rentabilidad de la Empresa Productora y Comercializadora de Alimentos Ninalac SAC. Cajamarca*
- Escudero Serrano José (2014) *Logística de Almacenamiento*. Ediciones Paraninfo S.A Madrid, España
- Espin Chimbo Alejandra Beatriz (2014) *Gestión Logística de inventarios y su rentabilidad en la farmacia popular N° 1 de la ciudad de Ambato Ecuador*.
- Flores Tapia, Cinthia Jazmin (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*.
- Gajardo Osorio, Rubén (2014) *Logística Administración de Almacenes*. Ediciones e Impresiones Andina. Lima, Perú.
- Gitman Lawrence J. & Chad J. Zutter(2016) *Principios de Administración Financiera*. Distrito Federal Pearsom Educación.
- Guevara Daga Juan Carlos y Quiroz Huamani Raquel Yanina. (2014) *Aplicación del sistema de control interno para mejorar la eficiencia del área de logística en la empresa constructora rial construcciones y servicios s.a.c 2014* (tesis de pregrado). Universidad Antenor Orrego, Trujillo, Perú.
- Guadalupe. M (2015) *Introducción a la metodología de la investigación educativa* II. Editorial: Progreso. México.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (5.ªed.) México: Mc Graw Hill.

Jumbo Narvaez Sthefania (2013) *Análisis de Rentabilidad Económica y Financiera en la Cooperativa de Ahorro y Crédito*. Ecuador.

León Rocha Gianmarco & Neira Villanueva Bernardo Antonio (2016) *Control Interno en la Gestión del Área de Logística de la empresa Avicola Avinka SA*. Callao. Perú

Lira, P. (2013, marzo 27). *El Retorno sobre Capital Invertido*. Diario Gestión.

Lizcano, J. (2014) *Rentabilidad Empresarial Propuesta Práctica de análisis y Evaluación*. Madrid España

Lopez, C. (2012). *Logística y Redes*. Obtenido de Los Ciclos Logísticos: <http://logisticayredes.blogspot.com/2012/04/los-ciclos-logisticos.html>

Lozano Valqui Gerson & Tenorio Aguinaga Juan José (2017) *Propuesta de Sistema de Control Interno en el área de Logística en la empresa Corporación Selva Verde SAC*. Tarapoto. Perú

Luyo José Luis (2013) *Gestión de Recursos Humanos*. Slideshare. <https://es.slideshare.net/pepelucholuyoluyo/14-va-semana-rh-rf-rm-rt-re>

Mora García Luis Aníbal (2012) *Indicadores de Logística*. Ecoe Ediciones. Bogotá Colombia. (4ta. Ed.) Ediciones de la U. Bogotá- Colombia.

Mora García Luis Aníbal (2016) *Gestión Logística Integral*. Ecoe Ediciones. Bogotá Colombia

Morales Silva Eugenia Alexandra (2015) *La logística empresarial y la Rentabilidad de la distribuidora Dimar*. Ecuador.

Ñaupas, H. Mejía, E. Novoa, E. Villagómez, A. (2014). *Método de la investigación*.

- Palomino H., C. (2014). *Diccionario de Contabilidad*. Lima: Editorial Calpa
- Párraga Bermeo Vicenta Estael & Zhuma Ortiz Nestór Bolívar (2013) *Análisis Financiero de la Rentabilidad que alcanza la ferretería y pinturas para la ferretería y pinturas para la obtención de préstamos*. Ecuador.
- Pierre A. David (2016) *Administración de operaciones de Comercio Internacional* Editorial Cengage.
- Ricardo H. Rodríguez (2018) *Administración de la cadena de suministro* Editorial Cengage.
- SalesForce.com (2017) *Control de Ventas*.
<https://www.salesforce.com/mx/products/sales-cloud/todo-sobre-ventas/control-de-ventas>
- Sánchez, H. y Reyes, C. (2016). Anexo 5. *Diseños de investigación*.
- Serrano Gonzales, Rodrigo Rene (2016) *La gestión logística de Inventarios en la empresa Calametal SA* Ecuador.
- Sliwotzky, A. (2013). *El Arte de Hacer Rentable Una Empresa*. Bogotá: Norma.
- Stracuzzi, S. Y Pestana, F. (2014). *Metodología de la investigación Cuantitativa*. Caracas:Editorial Pedagógica de Venezuela.
- Tarziján, J. (2013). *Fundamentos de estrategia empresarial*. (4ta. Ed.). Editorial
- Velasco Sanchez Juan (2013) *Gestión de la Logística en la Empresa* Ediciones Piramide Madrid España
- Zamora Torres, America Ivonne (2016) *Rentabilidad y Ventaja Comparativa*. Editorial Academia Española

Anexo N°1: Instrumentos

N°	DIMENSIONES / CONTROL LOGÍSTICO
DIMENSIÓN 1: CADENA DE ABASTECIMIENTO	
1	Se realiza una evaluación a los proveedores en cuanto su experiencia en el rubro y logros comerciales comprobables.
2	Los operadores de transporte deben ser evaluados y así conocer qué garantías ofrecen como (tiempo, servicio y posibles reclamos)
3	El centro de distribución de las tiendas se encuentra alejado de los almacenes internos de cada tienda.
4	Se conoce los gustos y preferencias de nuestro consumidor final.
5	La empresa tiene que conocer a su consumidor final mediante un estudio de mercado.
6	Para una correcta a la selección de los proveedores considera que es importante tener varias cotizaciones manual y así evaluar la que mejor se adecue a las necesidades.
7	Las operadoras de transporte deben capacitar a su personal de acuerdo al servicio que van a ofrecer.
8	Los centros de distribución deben estar asegurados para protegerse de cualquier eventualidad.
DIMENSIÓN 2: CADENA DE DISTRIBUCIÓN	
9	Para proceder con la selección de proveedores este se debe tener en cuenta un manual de procedimientos y control.
10	Para la distribución de los productos se debe tener en cuenta los productos para determinar su correcta manipulación.
11	Considera que el intercambio comercial debe representar beneficios tanto para la empresa y el consumidor.
12	Para realizar un intercambio comercial se debe conocer entre las partes los (medios de pago, condiciones de compra y/o venta)
13	La satisfacción del consumidor se debe medir con encuestas de servicio .
14	La satisfacción del consumidor depende del buen servicio de venta y post-venta de ser el caso.
15	En cuanto a la coordinación de las adquisiciones se debe establecer un cronograma de atención para evitar retrasos de atención y abastecimiento.
16	Considera importante que la adecuada distribución del producto impactara en la rentabilidad de la empresa.
N°	DIMENSIONES / RENTABILIDAD
DIMENSIÓN 3: GENERAR BENEFICIOS	
17	El control de costos está asociado a un planeamiento estratégico.
18	En control de ventas debe ser analizado a diario por las tiendas , determinando cuál de ellas no está cumpliendo con la meta establecida.
19	Es importante conocer cuáles son mis costos directos e indirectos para llevar un correcto control de costos.

-
- 20 Para realizar un control de gastos detallado se debe analizar por cuenta de gasto y no por el resultado total.
 - 21 Es importante tener un control de ventas y realizar acciones correctivas en caso haya una pérdida de ventas.
 - 22 Para analizar el control de gastos se debe tener un presupuesto de gasto anual.
 - 23 El control de gastos sirve para el análisis en los Estados de Resultados.
 - 24 Para el control de ventas la empresa debe establecer metas y objetivos.

DIMENSIÓN 4: RECURSOS EMPLEADOS

- 25 Los recursos materiales que cuenta la empresa son bienes que ayudan para el logro de los objetivos.
 - 26 Para la utilización de los recursos materiales se tiene en cuenta el giro del negocio.
 - 27 Los recursos financieros determinan la liquidez de la empresa.
 - 28 Para llevar un adecuado uso de los recursos financieros se debe tener en cuenta los resultados de la compañía.
 - 29 Para contar con un recurso humano comprometido se deberá capacitar al personal.
 - 30 Considera que un valor agregado en cuanto al recurso humano es pagarle todos sus beneficios.
 - 31 El recurso tecnológico ayuda a tener la información en el momento oportuno.
 - 32 Tener un recurso tecnológico integrado ayuda a tener mayor comunicación entre las áreas.
-

**ENCUESTA CONTROL LOGÍSTICO Y RENTABILIDAD EN TIENDAS POR
DEPARTAMENTO SAN ISIDRO, 2018**

Edad: _____ Sexo: _____ Fecha: _____ Empresa: _____

INSTRUCCIONES: A continuación, encontrarás afirmaciones sobre maneras de pensar, sentir y actuar. Lee cada una con mucha atención; luego, marca la respuesta que mejor te describe con una X según corresponda. Recuerda, no hay respuestas buenas, ni malas. Contesta todas las preguntas con la verdad.

OPCIONES DE RESPUESTA:

- S** = Siempre
- CS** = Casi Siempre
- AV** = Algunas Veces
- CN** = Casi Nunca
- N** = Nunca

Nº	PREGUNTAS	S	CS	AV	CN	N
1.	Se realiza una evaluación a los proveedores en cuanto su experiencia en el rubro y logros comerciales comprobables.	S	CS	AV	CN	N
2.	Los operadores de transporte deben ser evaluados y así conocer qué garantías ofrecen como (tiempo, servicio y posibles reclamos)	S	CS	AV	CN	N
3.	El centro de distribución de las tiendas se encuentra alejado de los almacenes internos de cada tienda.	S	CS	AV	CN	N
4.	Se conoce los gustos y preferencias de nuestro consumidor final.	S	CS	AV	CN	N
5.	La empresa tiene que conocer a su consumidor final mediante un estudio de mercado.	S	CS	AV	CN	N
6.	Para una correcta a la selección de los proveedores considera que es importante tener varias cotizaciones manual y así evaluar la que mejor se adecue a las necesidades.	S	CS	AV	CN	N
7.	Las operadoras de transporte deben capacitar a su personal de acuerdo al servicio que van a ofrecer.	S	CS	AV	CN	N
8.	Los centros de distribución deben estar asegurados para protegerse de cualquier eventualidad.	S	CS	AV	CN	N
9.	Para proceder con la selección de proveedores este se debe tener en cuenta un manual de procedimientos y control.	S	CS	AV	CN	N

10.	Para la distribución de los productos se debe tener en cuenta los productos para determinar su correcta manipulación.	S	CS	AV	CN	N
11.	Considera que el intercambio comercial debe representar beneficios tanto para la empresa y el consumidor.	S	CS	AV	CN	N
12.	Para realizar un intercambio comercial se debe conocer entre las partes los (medios de pago, condiciones de compra y/o venta)	S	CS	AV	CN	N
13.	La satisfacción del consumidor se debe medir con encuestas de servicio .	S	CS	AV	CN	N
14.	La satisfacción del consumidor depende del buen servicio de venta y post-venta de ser el caso.	S	CS	AV	CN	N
15.	En cuanto a la coordinación de las adquisiciones se debe establecer un cronograma de atención para evitar retrasos de atención y abastecimiento.	S	CS	AV	CN	N
16.	Considera importante que la adecuada distribución del producto impactara en la rentabilidad de la empresa.	S	CS	AV	CN	N
17.	El control de costos está asociado a un planeamiento estratégico.	S	CS	AV	CN	N
18.	En control de ventas debe ser analizado a diario por las tiendas , determinando cuál de ellas no está cumpliendo con la meta establecida.	S	CS	AV	CN	N
19.	Es importante conocer cuáles son mis costos directos e indirectos para llevar un correcto control de costos.	S	CS	AV	CN	N
20.	Para realizar un control de gastos detallado se debe analizar por cuenta de gasto y no por el resultado total.	S	CS	AV	CN	N
21.	Es importante tener un control de ventas y realizar acciones correctivas en caso haya una pérdida de ventas.	S	CS	AV	CN	N
22.	Para analizar el control de gastos se debe tener un presupuesto de gasto anual.	S	CS	AV	CN	N
23.	El control de gastos sirve para el análisis en los Estados de Resultados.	S	CS	AV	CN	N
24.	Para el control de ventas la empresa debe establecer metas y objetivos.	S	CS	AV	CN	N
25.	Los recursos materiales que cuenta la empresa son bienes que ayudan para el logro de los objetivos.	S	CS	AV	CN	N
26.	Para la utilización de los recursos materiales se tiene en cuenta el giro del negocio.	S	CS	AV	CN	N
27.	Los recursos financieros determinan la liquidez de la empresa.	S	CS	AV	CN	N
28.	Para llevar un adecuado uso de los recursos financieros se debe tener en cuenta los resultados de la compañía.	S	CS	AV	CN	N
29.	Para contar con un recurso humano comprometido se deberá capacitar al personal.	S	CS	AV	CN	N
30.	Considera que un valor agregado en cuanto al recurso humano es pagarle todos sus beneficios.	S	CS	AV	CN	N
31.	El recurso tecnológico ayuda a tener la información en el momento oportuno.	S	CS	AV	CN	N
32.	Tener un recurso tecnológico integrado ayuda a tener mayor comunicación entre las áreas.	S	CS	AV	CN	N

Gracias por completar

Anexo N° 3: Matriz de Consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	CONCLUSIÓN	RECOMENDACIONES	VARIABLES	INDICADORES
General	General	General				
¿Cuál es la relación del control logístico y la rentabilidad en tiendas por departamento distrito de San Isidro 2018?	Determinar el nivel de relación del control logístico y rentabilidad en tiendas por departamento en el distrito de San Isidro, 2018.	El control de logístico se relaciona con la rentabilidad en las tiendas por departamento del distrito de San Isidro, 2018.	Se determinó que existe un nivel de relación del control logístico de las tiendas por departamento del distrito de San Isidro, año 2018 con la rentabilidad. Así como lo muestra la tabla 37 al contrastar mediante la Prueba Estadística Rho de Spearman donde nos determina que la correlación es consistente y moderada con un p-valor Sig bilateral (0,000) y coeficiente 0,605.	Es necesario que para realizar un control sobre la distribución de producto se elabore un impactara en la rentabilidad de la empresa según la tabla N°19; en el cual se debe tener ciertos parámetros que cumplir como: fechas de entrega pactadas, garantizar la calidad del producto, etiquetado del producto, empaque, presentación, manipulación de la mercadería	CONTROL LOGÍSTICO	Proveedores Operadores de Transporte Centro de Distribución Consumidor Final
Específicos	Específicos	Específicos				
¿Cuál es el nivel de relación entre el control logístico y generar beneficios en tiendas por departamento en el distrito de San Isidro,2018?	Determinar el nivel de relación del control logístico y generar beneficios en tiendas por departamento en el distrito de San Isidro, 2018.	El control logístico se relaciona con generar beneficios en tiendas por departamento del distrito de San Isidro, 2018.	Se determinó que existe un nivel de relación del control logístico de las tiendas por departamento del distrito de San Isidro, año 2018 con la generación de beneficios. Así como lo muestra la tabla 38 al contrastar mediante la Prueba Estadística Rho de Spearman donde nos determina que la correlación es consistente y moderada con un p-valor Sig bilateral (0,004) y coeficiente 0,505.	Se recomienda que para coordinar las adquisiciones se deberá establecer un manual de proveedores, según la tabla N° 19, se podría decir que los 'aliados' más importantes de una empresa son sus proveedores pues en gran medida el éxito del negocio puede depender de ellos. La búsqueda de estos 'aliados' no es fácil, depende de muchos criterios y de cada empresa		Coordinar de las Adquisiciones Distribución del Producto Intercambio Comercial Satisfacción del Consumidor
¿Cuál es el nivel de relación entre el control logístico y los recursos empleados en tiendas por departamento en el distrito de San Isidro,2018?	Determinar el nivel de relación del control logístico y los recursos empleados en tiendas por departamento en el distrito de San Isidro, 2018.	El control logístico se relaciona con los recursos empleados en tiendas por departamento del distrito de San Isidro, 2018.	Se determinó que existe un nivel de relación del control logístico de las tiendas por departamento del distrito de San Isidro, año 2018 con los recursos empleados. Así como lo muestra la tabla 39 al contrastar mediante la Prueba Estadística Rho de Spearman donde nos determina que la correlación es alta y marcada con un p-valor Sig bilateral (0,000) y coeficiente 0,736.	Se recomienda que tener un recurso tecnológico ayuda a tener la información en el momento oportuno según la tabla N°34, contar con sistema integrado para todas las áreas es importante así la información se tendría de forma integral, por lo contrario se valida que para las tiendas por departamento usan distintos programas que luego son cargados al sistema	RENTABILIDAD	Control de Ventas Control de Gastos Control de Costos Recursos Materiales Recursos Financieros Recursos Humanos Recursos Tecnológicos

Anexo N° 4: Solicitud de Información de Empresas San Isidro

Lima, 15 de Noviembre de 2018.

Señor
MANUEL VELARDE DELLEPIANE
Alcalde de la Municipalidad de San Isidro
Presente.-

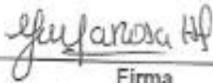
Solicito: INFORMACIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS
GIRO TIENDAS POR DEPARTAMENTO

Yo, Gisella Denisse La Rosa Huapaya

Identificado con DNI/CE N° 42717121, con domicilio fiscal en Av / Ca / Jr / Pje
Asoc. Fortaleza de Vitarte H2A lote 9 N° Urbanización
Distrito de Ate Vitarte

Por medio del presente, solicito información de las empresas (Número)
del Distrito de San Isidro con el giro de Tiendas por
Departamento

Sin otro particular me despido de Ud. agradeciendo su atención.
Atentamente,



Firma

Teléfono: 9749-20097

Adjunto documentos siguientes:

-
-
-

0000720464*
N° Folios: 0001

Municipalidad de San Isidro
Departamento de Trámites, Instrumentación y Archivo
Calle Centro 31, 19000

Doc. No. 0020275 18
Fecha Ingreso: 15/11/2018
Fecha Asesor:
GISELLA DENISSE LA ROSA HUAPAYA
Petición Verbal, Ciudadano Y/O Institucional Solicita
Información Suceso De Empresa Giro Tiendas Por
Departamento.

Señal emitida a: Denisse Huapaya
Registrado por: GOSPICLAN el 15/11/2018 a las 3:08 pm

Para cualquier consulta, deberá referirse al Doc. Simple 002027518
Trámite no sujeto a lo normado por la ley N° 29060

Anexo N°5: Formato de Validación Expertos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: MARCO ANTONIO MERA PORZILLA DNI: _____

Especialidad del validador: TEMÁTICO

14 de octubre del 2018

- *Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- *Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
- *Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiente, se dice suficiente cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.



Dr. Marco Antonio Mera Porzilla
N° 02-3779
Firma del Experto Informante.
Especialidad



Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr./ Mg: Manuel Espinoza Cruz DNI: 07232718

Especialidad del validador: Metodología

.....18 de11..... del 2018

*Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

*Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

*Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Firma del Experto-Informante.

Especialidad

Metodología



Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Saenz Arenas Esther Rosa DNI: 08150211

Especialidad del validador: Auditoría Interna, Gestión Pública y Finanzas

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Firma del Experto Informante.

Especialidad