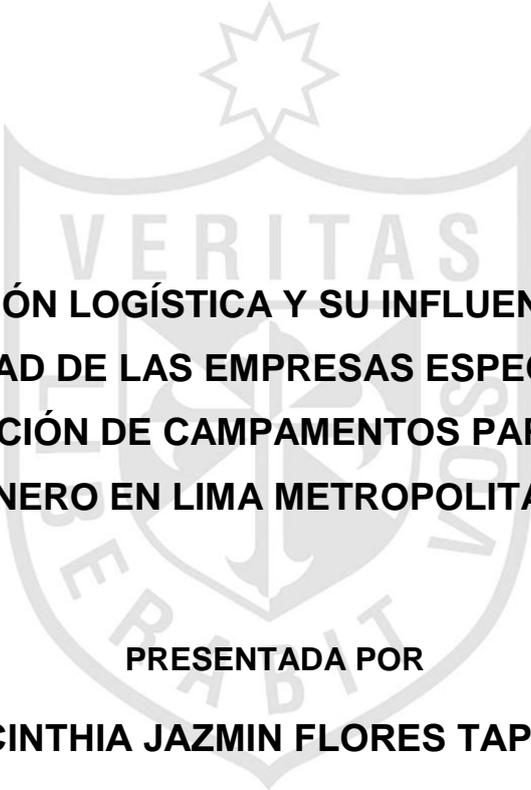




**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS**



**LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU INFLUENCIA EN LA
RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS ESPECIALISTAS EN
IMPLEMENTACIÓN DE CAMPAMENTOS PARA EL SECTOR
MINERO EN LIMA METROPOLITANA**

PRESENTADA POR

CINTHIA JAZMIN FLORES TAPIA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

LIMA – PERÚ

2014



**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS**

**LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU INFLUENCIA EN LA
RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS ESPECIALISTAS EN
IMPLEMENTACIÓN DE CAMPAMENTOS PARA EL SECTOR
MINERO EN LIMA METROPOLITANA**

TESIS

PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

PRESENTADA POR

CINTHIA JAZMIN FLORES TAPIA

LIMA – PERÚ

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**

DEDICATORIA

A Dios todopoderoso por estar conmigo en cada paso que doy, cuidándome y dándome sabiduría y salud para lograrlo.

Con mucho afecto para mis seres queridos: Mis padres quienes a lo largo de mi vida han velado por mi educación y bienestar. Por otorgándome su entera confianza en cada reto que me he propuesto.



AGRADECIMIENTO

El resultado de este trabajo de investigación, está dedicado a todas aquellas personas que de alguna manera han contribuido en su realización. Es por ello que comenzaré agradeciendo al Dr. Antonio Huapaya Huapaya, asesor temático de mi tesis; Mg. Eduardo Alfaro Esparza, quien con su experiencia y don profesional supo ayudarme a encaminar mi trabajo de investigación; Mg. Santiago Montenegro Canario; Dr. Faustino Cabanillas Atalaya.

Con mucho afecto mi especial agradecimiento para la Dra. Carmen Vargas Linares por su apoyo constante e incondicional como profesional y como ser humano.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág. N°
Portada	i
Título	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Índice	v
Resumen (español/ingles)	vii
Introducción	ix
CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
1.1 Descripción de la realidad problemática.....	01
1.2 Formulación del problema.....	03
1.3 Objetivos de la investigación.....	04
1.4 Justificación de la investigación.....	05
1.5 Limitaciones.....	06
1.6 Viabilidad del estudio.....	06
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	
2.1 Antecedentes de la investigación.....	07
2.2 Bases teóricas.....	11
2.2.1 Gestión logística.....	11
2.2.2 Rentabilidad.....	20
2.3 Términos técnicos.....	43
2.4 Formulación de hipótesis.....	48
2.5 Operacionalización de variables.....	49
CAPÍTULO III METODOLOGÍA	
3.1 Diseño metodológico.....	52

3.1.1	Tipo y nivel de la investigación.....	52
3.1.2	Estrategias o procedimientos de contrastación de hipótesis...	52
3.2	Población y muestra.....	54
3.2.1	Población.....	54
3.2.2	Muestra.....	54
3.3	Técnicas de recolección de datos.....	56
3.3.1	Descripción de los instrumentos.....	56
3.3.2	Procedimientos de comprobación de la validez y confiabilidad de los instrumentos.....	57
3.4	Técnicas para el procesamiento y análisis de la información.....	57
3.5	Aspectos éticos.....	57

CAPÍTULO IV RESULTADOS

- 4.1 Resultados de la entrevista
- 4.2 Resultado de la encuesta
- 4.3 Resultado del contraste de Hipótesis
- 4.4 Caso Práctico

CAPÍTULO V DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- 5.1 Discusión
- 5.2 Conclusiones
- 5.3 Recomendaciones

FUENTES DE INFORMACIÓN

ANEXOS

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo determinar cual es la influencia de la gestión logística sobre la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana; teniendo como marco comparativo las principales empresas dedicadas a esta actividad.

En la metodología, básicamente se ha empleado la investigación científica, la misma que ha servido para el desarrollo de los aspectos más importantes del presente trabajo, desde el planteamiento del problema hasta la contrastación de la hipótesis.

Esta investigación está en la búsqueda de la eficiencia para encontrar soluciones técnicamente óptimas, en un tiempo prudente, el cual constituye todo un proceso de organización, procedimientos y sobre todo cambio de actitud, que parte del cumplimiento de las funciones en todas las instancias relacionadas con el proceso de adquisición.

Se concluye la presente investigación, indicando que las distintas unidades del proceso logístico tales como: compras, almacén, transporte y atención al cliente influye de manera favorable en la optimización de la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero de Lima Metropolitana, alcanzado así el logro de los objetivos planteados en la investigación.

Palabras clave: Gestión, logística, rentabilidad

SUMMARY

This research aims to determine which is the influence of logistics management on the profitability of companies specializing in implementation of mining camps in Punjab; comparative framework having as major companies engaged in this activity.

The methodology has been used primarily scientific research, it has served for the development of the most important aspects of this work, from problem statement to the testing of the hypothesis.

This research is in the pursuit of efficiency to find technically optimal solutions in a timely manner, which is a process of organization, procedures and any changes in attitude, the performance of the functions at all levels related to the acquisition process.

This investigation is concluded, indicating that the different units of the logistics process such as purchasing, warehousing, transportation and customer impact favorably on optimizing the profitability of companies specializing in implementing mining camps of Lima metropolitan and reached the achievement of the research objectives.

Keywords: management, logistics, profitability

INTRODUCCIÓN

Cuando se pregunta acerca de cómo medir la competitividad en una empresa, la respuesta más simple es la de medir su participación en el mercado. Uno de los medios para mejorar continuamente la competitividad de una empresa es la de producir a bajos costos y con alta calidad. Esta afirmación implica que la gestión de compras debe contemplar el abastecimiento de insumos que cumplan con los requerimientos de los productos/servicios de los que formarán parte en las condiciones lo más ventajosas posibles.

Tradicionalmente las empresas han basado sus ventajas competitivas en factores como la calidad, el diseño, el precio, entre otros. Hoy en día se evidencia que para satisfacer las necesidades de los clientes se requiere de algo más, y es aquí donde toma gran importancia la logística como el arma estratégica competitiva que están obligadas a desarrollar las empresas, con el fin de hacerle frente a las nuevas reglas de competitividad, donde los consumidores cada vez hacen mayores exigencias en los productos, cantidades y tiempos de entrega.

La planificación ayuda a fijar los objetivos de la empresa, ayuda a administrar su tiempo, no existen malas empresas, pero si malos gestores de negocios.

Recordemos que un proceso habitual de compra se inicia con la identificación de la necesidad de abastecimiento y finaliza con el registro de los bienes y/o servicios recibidos y adquiridos.

Conforme evoluciona el fenómeno logístico, el concepto de almacén ha ido variando y ampliando su ámbito de responsabilidad. El almacén es una unidad de servicio y soporte en la estructura orgánica y funcional de una empresa comercial o industrial con objetivos bien definidos de resguardo, custodia, control y abastecimiento de materiales y productos. Hoy por hoy lo que antes se caracterizaba como un espacio dentro de la organización que tenía el piso de hormigón, es una estructura clave que provee elementos físicos y funcionales capaces de incluso generar valor agregado. Todo manejo y almacenamiento de materiales y productos es algo que eleva el costo del producto final sin agregarle

valor, en teoría es un mal necesario, razón por la cual se debe conservar el mínimo de existencias con el mínimo de riesgo de faltantes y al menor costo posible de operación.

Los constantes cambios empresariales llevan consigo a que las empresas sean cada vez más competitivas. Esto implica que cada una de las áreas se encuentre a la vanguardia de las nuevas tecnologías, y sobre todo, tengan rapidez de acción en la ejecución de los planes empresariales a los cuales están inmersas nuestras empresas.

La logística tiene un carácter multifuncional, de manera de alcanzar el objetivo final de la forma más eficiente posible, no depende sólo de una función o área, sino que es el resultado de aunar los esfuerzos de toda la organización. De ahí la necesidad de contemplar todo el proceso logístico desde la perspectiva estratégica propia de la alta dirección de la empresa.

A nivel estratégico, la logística envuelve a todas las áreas de la compañía, desde las etapas de identificación de la necesidad y concepción de los productos y/o servicios, un proceso que incluya todos los medios necesarios para obtener los mejores resultados, en términos económicos y de satisfacción del consumidor, el transporte es por excelencia uno de los procesos fundamentales de la estrategia logística de una organización, convirtiéndose en un área estratégica para el desarrollo óptimo de las actividades empresariales.

El profesional a cargo de las decisiones estratégicas respecto a la gestión del transporte en cada compañía debe conocer claramente todos los factores que influyen en el transporte, así como los medios existentes, los costos asociados y la metodología idónea para su elección.

La optimización del sistema de transporte de una organización genera una reducción significativa de los costos. En el caso de las operaciones de los campamentos mineros se hace imperativo evaluar la ubicación geográfica de la operación.

Sin lugar a dudas, el éxito de una empresa dependerá fundamentalmente que aquellas demandas de sus clientes sean satisfechas satisfactoriamente, porque estos son los protagonistas fundamentales, el factor más importante que interviene en el juego de los negocios.

Los comportamientos de los clientes incluyen una amplia gama de factores que incluyen la eficiencia, la velocidad de respuesta, atención al detalle, la escucha, la confianza, el suministro de información y el seguimiento. La actitud es importante en términos de variables tales como la amabilidad, el respeto, la preocupación y la autenticidad. El tipo y nivel de servicio prestado dependerá de la forma que los clientes interactúen con la organización y sus empleados.

La gestión logística es clave en el servicio, desarrollo, competitividad y trabajarla como filosofía en cada área de la organización redonda en reales beneficios individuales y en su sumatoria a la de la organización.

Si buscamos rentabilidad en la gestión logística debemos tener en cuenta que, la rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla. La rentabilidad mide la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y la utilización de las inversiones.

Dichas utilidades a su vez, son la conclusión de una administración competente, una planeación inteligente, reducción integral de costos y gastos y en general de la observancia de cualquier medida tendiente a la obtención de utilidades.

La presente investigación trata sobre la gestión logística y su influencia en la rentabilidad de las empresas dedicadas a la implementación de campamentos mineros en Lima Metropolitana, el trabajo esta dividido en cinco capítulos:

En el Capítulo I: Planteamiento del Problema, se realiza la descripción de la realidad problemática, formulación del problema, definición de objetivos, justificación, limitaciones y la viabilidad del estudio.

En el Capítulo II: Marco Teórico, abarca los antecedentes de la investigación, bases teóricas sobre gestión logística y rentabilidad en la que se basa las variables del problema de la presente investigación, definiciones conceptuales y formulación de las hipótesis.

En el Capítulo III: Metodología, comprende el diseño metodológico como el plan o estrategia para obtener la información que se desea en la investigación, población y muestra con respecto al ámbito espacial donde se desarrolla el trabajo, la operacionalización de las variables como proceso metodológico, las técnicas de recolección de datos, técnicas para el procesamiento y análisis de información y los aspectos éticos.

En el Capítulo IV: Resultados, se hace referencia a los resultados de la entrevista, en la que se enfatiza los aspectos centrales de la investigación, se trabaja con la técnica de cuestionario, con las mismas se realizó la parte estadística y luego la parte gráfica, posteriormente se interpretó cada una de las preguntas facilitando una mayor comprensión para luego llevar a cabo la contrastación de las hipótesis, finalizando con el caso práctico.

Para finalizar, en el Capítulo V: Discusión, Conclusiones y Recomendaciones, las mismas se realizaron en relación a las hipótesis y a los objetivos de la investigación.

CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

La preocupación de la Alta Dirección de las empresas dedicadas a la implementación de campamentos mineros, se enfoca principalmente en contribuir a incrementar la rentabilidad de la empresa de manera constante. La gran mayoría de estas empresas no logran identificar con claridad los diversos procesos que impactan en la gestión logística, por lo que, caen en deficiencias como la improvisación en el planeamiento de las compras y servicios, así como la incorrecta determinación de las necesidades por parte de las áreas usuarias, reportando requerimientos innecesarios y sin el debido sustento.

A ello contribuye la ausencia de un sistema de control interno, lo que conlleva al uso de procedimientos erróneos que ponen en riesgo los objetivos financieros y económicos de la empresa, ejecutando compras no indispensables, así como regularizaciones posteriores, debiendo adecuarlas a las disposiciones vigentes, además existen los gastos excesivos motivados por las compras urgentes que generan los pedidos y/o requerimientos de último momento, los cuales afectan de manera significativa a la empresa en cuanto a los sobre costos, lo cual no refleja más que la falta de programación de gastos y la no existencia de planificación de compras.

Los procesos inadecuados se ven reflejados en la adquisición de materiales y equipos incorrectos, originando el rechazo de los pedidos solicitando su devolución o cambio, causando retrasos y posibles paradas no programadas, lo que afecta directa y significativamente la rentabilidad de la empresa.

Estos errores son originados por una descripción incorrecta o incompleta de los ítems en la requisición, el desconocimiento por parte del área usuaria sobre el artículo a solicitar, dejando toda la responsabilidad al comprador o proveedor. Así mismo, las contrataciones y adquisiciones son efectuadas también por áreas distintas a la responsable, generando desorden administrativo en los procesos de selección.

En cuanto a la tercerización de los servicios, estos también deben manejarse bajo el concepto de planificación y control ya que por tratarse de servicios prestados por terceros, es recurrente caer en demoras y retrasos, muchas veces ocasionados por la falta de coordinación entre las empresas y por la falta de supervisión a la empresa prestadora del servicio.

Por otro lado, la inexistencia de presupuestos valorados, sin la planificación y programación de los bienes, servicios y obras necesarios en cuanto a qué tipo, qué cantidad de ellos y cuándo adquirirlos, sin alcanzar los objetivos institucionales y metas presupuestarias; no reflejando las necesidades reales para el funcionamiento óptimo del sistema.

Dada la naturaleza de las operaciones mineras y su ubicación geográfica, es importante que la gestión sea oportuna, la misma que a su vez involucra la necesidad de tomar decisiones acertadas.

El presente trabajo de investigación mostro las deficiencias encontradas en las áreas de logística de las empresas de servicios al sector minero de Lima Metropolitana para abordar y solucionar sus problemas en forma eficiente.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema principal

¿De qué manera influye la gestión logística en la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana?

1.2.2 Problemas secundarios

- a) ¿En qué medida influye la gestión de compras y abastecimiento en la rentabilidad económica de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana?
- b) ¿Cuál es la influencia de la gestión logística de los centros de distribución y almacenes en la rentabilidad financiera de las empresas especialistas en

implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana?

- c) ¿Cómo influye el aprovechamiento de la gestión del transporte y distribución de la carga sobre el riesgo financiero de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana?
- d) ¿Cómo influye la prestación de servicio al cliente sobre el riesgo económico de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo principal

Determinar la influencia de la gestión logística en la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana.

1.3.2 Objetivos secundarios

- a) Determinar la influencia directa de la gestión de compras y abastecimiento en la rentabilidad económica de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana.
- b) Determinar la influencia de la gestión logística de los centros de distribución y almacenes en la rentabilidad financiera de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana.
- c) Determinar la influencia del aprovechamiento de la gestión del transporte y distribución de la carga sobre el riesgo financiero de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana.

- d) Determinar la influencia de la prestación de servicio al cliente sobre el riesgo económico de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana.

1.4 Justificación de la investigación

En la búsqueda de alternativas para alcanzar alta rentabilidad, las empresas deben implementar mejores prácticas en la cadena logística, que permitan la consecución de sus metas y objetivos que forman parte de sus planes estratégicos como entes dinámicos y competitivos en un país en pleno desarrollo económico.

La Gestión Logística implantada de una manera eficiente y acorde a las necesidades de las empresas, presentan la posibilidad de proporcionar información válida, confiable y oportuna de datos, para adoptar decisiones adecuadas y contribuir al éxito de las operaciones.

La importancia que reviste el presente proyecto de investigación, consiste en suministrar a las empresas especialistas de implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana un estudio detallado sobre el uso de la información que dichas empresas hacen, generada por la Gestión Logística como ventaja competitiva, como posible alternativa de solución para enfrentar los graves problemas que se vienen suscitando actualmente.

También se considera una herramienta valiosa para todos aquellos profesionales, que se desempeñan en el área de logística de las empresas de servicios al sector minero, por cuanto los aspectos a desarrollar en el trabajo, orientarán sus estrategias y acciones a elevar la rentabilidad de estas empresas.

Constituye un aporte significativo, para el enriquecimiento, desarrollo y consolidación de las investigaciones enmarcadas en las ciencias sociales, en virtud de la importancia que reviste la generación de conocimientos en el área que se evidencia y su relevancia para el desarrollo económico y social del país.

1.5 Limitaciones del estudio

La carencia de material bibliográfico específico, bancos de referencia, directorios, motores de búsqueda o bases de datos, factores de suma importancia en la investigación, en relación a la variables “Gestión Logística” – “Rentabilidad”, limitaron la recopilación de información relevante.

1.6 Viabilidad del estudio.

Para llevar a cabo el trabajo de investigación, es necesaria una serie de factores, los que son determinados con cierta precisión que garanticen la consecución de los objetivos. Los factores que se han considerado son; la disponibilidad de los recursos humanos, la disponibilidad de los recursos financieros, y por último; la disponibilidad de los recursos materiales necesarios para realizar la investigación.



CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

El Perú es un país de tradición minera. Durante la época de la colonia se explotaron las minas de plata de Potosí (hoy Bolivia) y las minas de azogue de Santa Bárbara (Huancavelica). El azogue es conocido hoy como el mercurio y fue en su momento indispensable para la separación de la plata. Diversas fuentes coinciden que los minerales provenientes de estas minas permitieron la supervivencia y el desarrollo de Europa.

En el Perú, la explotación en Cerro de Pasco (Pasco) comenzó en 1905 y en 1922 se inauguró el complejo metalúrgico de la Oroya (Junín). En los años noventa se otorgaron numerosas concesiones mineras como parte de la política de apertura de mercados del gobierno de turno.

Actualmente las mayores explotaciones de cobre se registran en Cuajone (Moquegua), Toquepala (Tacna), Cerro Verde (Arequipa) y Tintaya (Cuzco). Cerro de Pasco y sus inmediaciones continúan extrayendo zinc, el plomo y la plata. Marcona (Ica) con hierro y San Rafael (Puno) con estaño. Con respecto al oro, Yanacocha y Sipán (Cajamarca), Pierina (Ancash) y Santa Rosa (La Libertad) constituyen las mayores explotaciones.

El Perú posee el 16% de las reservas de minerales conocidas, incluyéndole 15% de cobre y el 7% de zinc. Se estima que hasta el día de hoy el Perú únicamente ha extraído el 12% de sus recursos minerales y que con tecnología adecuada puede triplicar su actual producción, especialmente en metales básicos.

Los principales demandantes de oro son Estados Unidos, Suiza y Reino Unido. Así, desde 1990 las extracciones en el Perú se han incrementado en un 500%. La privatización de la gran minería nacional, emprendida por el gobierno peruano en 1991, ha atraído a más de cien empresas extranjeras. El 40% de estas inversiones procede de Canadá, y el resto, de Australia, Estados Unidos, México, Sudáfrica, China, Suiza, Reino Unido, Luxemburgo e Italia.

El Perú tiene una expectante posición competitiva en la minería mundial, manteniendo un liderazgo minero en Latinoamérica y una sólida historia y trayectoria minera. En el mercado Latinoamericano, el Perú es el mayor productor de oro, zinc, plomo y estaño. Asimismo, es el segundo mayor productor en plata y cobre, además de producir otros importantes productos metálicos y no metálicos.

Al realizar una extensa exploración y revisión en los libros especializados, revistas, periódicos y tesis de investigación que tengan o guarden estrecha relación con el título de investigación **“La gestión logística y su influencia en la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana”**, se pueden mencionar a continuación algunos trabajos encontrados, que han servido de marco referencial para la elaboración de las bases teóricas y prácticas del presente trabajo, en virtud que presentan ciertos criterios que se consideran de utilidad para alcanzar los objetivos planteados, estos son:

Fuentes, G. (2008), desarrollo la tesis; **“La gestión logística y la rentabilidad de las empresas de construcción metálica de Lima Metropolitana: 2008”**. El estudio tiene como objetivo principal: “Determinar la forma como la gestión logística incide en la rentabilidad de las empresas de construcción metálica de Lima Metropolitana”. La hipótesis que pretende probar es: “El desarrollo de una adecuada gestión logística incidirá positivamente en la rentabilidad de las empresas de construcción metálica de Lima Metropolitana”. En cuanto a la metodología, el tipo de investigación es; aplicada, y su nivel descriptivo – explicativo. La conclusión a la que arribó se centra en: “Una eficiente gestión logística incide de manera positiva en la rentabilidad de las empresas de construcción metálica de Lima Metropolitana, pues se cumplen los contratos establecidos en los plazos estipulados y no se incurren en sanciones económicas para la empresa, se minimizan las pérdidas de horas hombre ociosas”.

Alvarado, R. (2005), desarrollo la tesis; **“Análisis de la gestión financiera – logística y su incidencia en la rentabilidad en las empresas constructoras con cobertura local y nacional”**. El estudio tiene como objetivo principal: “Determinar la manera cómo una eficiente gestión logística financiera influye en

los niveles de rentabilidad de las empresas constructoras con cobertura local y nacional”. La hipótesis que pretende probar es: “La adopción de una eficiente y eficaz gestión financiera logística influirá en mejorar los niveles de rentabilidad de las empresas constructoras con cobertura local y nacional”. En cuanto a la metodología, el tipo de investigación es; aplicativo, y su nivel descriptivo. La conclusión a la que arribó se centra en: “Que si existen problemas en la gestión logística financiera en cuanto al manejo y asignación de recursos financieros logísticos entonces esta situación influye en los niveles de rentabilidad en las empresas constructoras con cobertura local y nacional”.

Vizcardo, R. (2005), sección de post grado, desarrolló la tesis; **“Impacto de la minería en el desarrollo nacional 1970 - 2000”**. El estudio tiene como objetivo principal: “Determinar el real impacto socio - económico de la minería en el desarrollo del Perú en los últimos 30 años”. Dado que, un hecho indiscutible es que el Perú es un país privilegiado por la naturaleza al albergar en su territorio una inconmensurable riqueza mineral, explotada ancestralmente durante siglos y aún así, solo en un pequeño porcentaje. Es también una realidad que nuestro país viene sosteniendo su economía en gran parte al aporte de la minería. La llegada de grandes empresas transnacionales mineras a una determinada región del territorio nacional, hace suponer un “boom económico” el cual se presenta como una realidad y genera grandes expectativas de progreso y desarrollo. Sin embargo por la interacción de otros factores esa sensación de desarrollo se distorsiona y se crea la desilusión lo que puede generar animadversión en la empresa transnacional. En nuestra sierra a partir de los 3500 m.s.n.m., la única actividad económica rentable es la minería, la gran inversión que significa poner en marcha un proyecto minero se traduce en obras de infraestructura y construcciones mineras, carreteras, plantas de energía, sistemas de suministro de agua y desagüe y una importante movilización de personas que ocasiona un impacto positivo en las comunidades aledañas. En cuanto a la metodología, el tipo de investigación es; aplicativo, y su nivel descriptivo – explicativo. La conclusión a la que se llegó es “Es necesario promover el desarrollo de la industria de valor agregado asociado a la minería de manera de cerrar el ciclo, fortalecer el sector y propender hacia el desarrollo de una importante industria metalúrgica, el Perú debe apostar no solo al aprovechamiento de sus ventajas

comparativas que posee con relación a otros países sino que debe implementar una estrategia de manera de crear condiciones para generar ventajas competitivas que permitan el desarrollo del sector minero”.

Salizar, B. (2009), desarrolló la tesis; **“Influencia del clima laboral en el compromiso de los colaboradores de minería e industrias en general Empresa de Servicios SA MIGEMPSA”**. El estudio tiene como objetivo principal: “Demostrar que el clima laboral influye en el compromiso de los colaboradores MIGEMPSA”. La hipótesis que pretende probar es: “Si el clima laboral es adecuado el compromiso se afianzará y el desempeño se incrementará”. Dado que, actualmente los entornos altamente competitivos están obligando las organizaciones a prestarle cada vez más importancia a todo lo que tenga que ver con la calidad y el servicio. Cada vez se hace más necesario tratar de conseguir ventajas competitivas con respecto a otras organizaciones no solo para conseguir la lealtad del cliente sino sobre todo para lograr un posicionamiento estratégico en el mercado y garantizar de esa manera la sobrevivencia de la organización. Un clima laboral positivo propicia una mayor motivación y por ende una mejor productividad por parte de los trabajadores. En cuanto a la metodología, el tipo de investigación es de modelo conceptual, de tipo descriptivo, de campo y aplicativo. Las conclusiones a la que arribó se centran en: “En el nuevo escenario global resulta requisito indispensable el mantener un buen clima laboral que conlleve a optimizar la productividad calidad identificación y desarrollo pleno de los colaboradores en la organización”.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Gestión logística

Orígenes de la logística

El término logística proviene del campo militar; está relacionado con la adquisición y suministro de los equipos y materiales que se requieren para cumplir una misión. Los ingenieros logísticos de las compañías siempre han coordinado la gestión de aprovisionamiento de los suministros y materiales y el reporte continuo

de insumos para sus ejércitos, enfrentando las batallas sin contratiempos y con todo lo necesario para llevar a cabo exitosamente su misión.

En la actualidad, cada vez es más frecuente la utilización de este término por parte de organizaciones que cuentan con un número elevado de puntos de suministro y de clientes geográficamente dispersos. Un ejemplo representativo de esta situación lo constituyen las multinacionales, que llevan a cabo el aprovisionamiento de materiales, la fabricación y la distribución de sus productos en distintos países.

La década de los setenta fue muy importante para el desarrollo de la logística. Hasta ese momento, la filosofía de gestión mundial de las empresas estaba basada en:

- Los recursos energéticos en el mundo eran baratos e ilimitados.
- Las empresas tenían tasas de crecimiento siempre positivas.
- La demanda siempre sería el factor determinante de ventas y beneficios.

Pero iniciando la década de los setenta se presentan los siguientes hechos:

1. Sun Tzu, "El arte de la guerra"

La referencia más antigua de la logística militar aparece entre los años 2900 y el 2800 a.C., es decir; que antecede a todo dato histórico; incluyendo los innumerables descubrimientos con que la civilización china contribuyó al avance de la humanidad: la invención de la red, la escritura, el papel, la pólvora, la imprenta, el arnés, el estribo, el paraguas, la brújula, la circulación de la sangre, la acupuntura, el cero en matemáticas, la primera ley del movimiento, que por tanto tiempo hemos atribuido a Newton; y tantos otros aportes de los que da cuenta la obra monumental. Sun Tzu, "El arte de la guerra".

2. Hechos relevantes en el desarrollo de la logística:

CRISIS DE PETRÓLEO	RECESIÓN ECONÓMICA	AUMENTO DE TASAS DE INTERÉS	AUMENTO COMPETENCIA INTERNACIONAL
<ul style="list-style-type: none"> - Aumento del precio del crudo. - Reducción del suministro de derivados y aumento de costos de transporte. - Escasez de materias primas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Alta inflación. - Alto desempleo. - Altas tasas de interés. - Escasez de materias primas. - Incertidumbre de precios. - Fluctuaciones en la tasas de cambio de las principales monedas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Alto costo por inventarios inactivos. - Arriendo de almacenes y contratación de transporte. 	<ul style="list-style-type: none"> - Oportunidad de mercados externos. - Bajar costos a partir de la distribución física.

Para una mejor comprensión de la relación existente entre la logística militar y la logística empresarial, se muestra el siguiente cuadro con las afinidades entre las principales variables de ambas disciplinas:

CONCEPTO	EL CAMPO DE BATALLA	LOGÍSTICA EMPRESARIAL
Tácticas estratégicas	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis del enemigo. - Divide y vencerás. - Posición. 	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de la competencia. - Diversión. - Multi-proveedores
Estructura organizacional	<ul style="list-style-type: none"> - División por ejercicios. 	<ul style="list-style-type: none"> - División por productos.
Recursos básicos	<ul style="list-style-type: none"> - Hombres de alto desempeño. - Armas eficaces. - Munición y tecnología. 	<ul style="list-style-type: none"> - Personal de alto desempeño. - Métodos y procesos ágiles. - Capital y tecnología.
Sistema de información y comunicación	<ul style="list-style-type: none"> - Computadores. - Radares. - Telecomunicaciones. - Prensa y radio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Computadores. - Internet, EDI, GPS. - Código de barras, RFID.
Claves del éxito	<ul style="list-style-type: none"> - Estrategia. - Liderazgo. - Recursos humanos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Globalización. - Core Business - Talento humano.

Evolución de la logística

- Los orígenes (1950)

Período de crecimiento y aumento de la demanda: la capacidad de producción y venta era muy superior a la capacidad de distribución. Muchas empresas podían fabricar productos con rapidez y venderlos con regularidad, pero tenían dificultades para entregarlos a tiempo y de manera eficiente.

- **La transición (1960)**

La polarización del mundo en dos grandes bloques políticos: capitalismo y socialismo. El tiempo de respuesta es “hoy” mismo, pues los centros de distribución están abarrotados de los productos que el mercado demanda; los medios de transporte fueron la prioridad del desarrollo, especialmente el ferrocarril en Europa y el transporte terrestre en Norteamérica.

- **Tiempos de respuestas (1980)**

El concepto de distribución física se unió con el de gestión de materiales. La economía comenzó a experimentar períodos de recesión y de crecimiento. Los directivos de distribución física empezaron a analizar los programas de mercadeo y a preguntar sobre temas relativos al servicio al cliente, tanto en términos cuantitativos como cualitativos.

Los directivos que iniciaron su participación en procesos de toma de decisiones relativas a la estrategia de gestión de inventarios, vieron que el tiempo de respuesta podía mejorar de forma considerable la rentabilidad de la empresa si se planeaban correctamente las operaciones de distribución. Los ejecutivos de distribución física comenzaron a ganar respetabilidad entre sus colegas de mercadeo y finanzas.

- **Gestión de materiales (1980)**

Apareció el concepto de gestión de materiales. El MRP brinda el soporte específico para propiciar una mayor productividad de las plantas y los principios del Kaizen. La gestión de materiales adoptó rápidamente una postura proactiva en el diseño de la estrategia de fabricación.

En el desarrollo de los conceptos de distribución física y gestión de materiales ha jugado un papel destacado la rápida expansión de las computadoras. Cobró importancia la disponibilidad de capital, así como su costo (una escasez de capital es crítica, puesto que distribución física y gestión de materiales son procesos intensivos en capital). Durante los años ochenta también se ha visto el desarrollo de nuevos servicios de distribución y más recientemente, se ha iniciado el proceso de racionalización de los servicios de transporte.

- **Globalización (1990)**

Adquieren creciente importancia las operaciones a nivel internacional, las cuales no solo significan importación y exportación.

Las multinacionales se distinguen por su capacidad para integrar y controlar operaciones internacionales, con fabricación especializada y estrategias de mercadeo globales.

Esta globalización exige ser capaz de coordinar actividades complejas, de forma que las compras, la producción y la financiación tengan lugar en los países con costos más bajos.

Una perspectiva global de este tipo ha evidenciado la necesidad de gestionar la logística a nivel mundial. Más concretamente, esta nueva logística debe ser capaz de controlar el proceso complejo de distribución de inversiones dentro y entre un gran número de naciones con leyes, culturas, niveles de desarrollo económico y aspiraciones diferentes.

Mora, L. A. (2011) resalta dos definiciones sobre logística; la de GS1 Colombia (Instituto Colombiano de Automatización y Codificación Comercial), “logística es el proceso de planear, controlar y administrar la cadena de abastecimiento y distribución, desde el proveedor hasta el cliente y con un enfoque en la red de valor y colaboración entre los actores de la red logística interna y externa”, y; la promulgada por el Council of Logistics Management (CLM), Consejo de Administración Logística, una organización profesional de administradores logísticos, educadores y profesionales fundada en 1962, con el propósito de su educación continua y el intercambio de ideas, es: “La logística es el proceso de planear, implementar y controlar el flujo y almacenamiento eficiente y a un costo efectivo de las materias primas, inventarios en proceso, de producto terminado e información relacionada, desde los puntos de origen hasta los de consumo; con el propósito de satisfacer las necesidades de los clientes”.

Rojas, M.D., Guisao, E. Y., Cano, J.A. (2011) concuerdan que la conceptualización de logística gira alrededor de la palabra disponibilidad y guarda

relación muy estrecha con la expresión que afirma que el éxito de una empresa radica en “ofrecer al mercado el producto correcto, en el lugar correcto y en el momento correcto”.

Casanovas, A. y Cuatrecasa, L. (2003) coinciden en que la logística empresarial esencialmente comprende la planificación, la organización y el control de todas las actividades relacionadas con la obtención, traslado y almacenamiento de materiales y productos, desde la adquisición hasta el consumo, a través de la organización y como un sistema integrado. El objetivo que pretende conseguir es satisfacer las necesidades y requerimientos de la demanda de la manera más eficaz y con el mínimo coste posible.

Una definición actual más completa de logística ajustada a la realidad empresarial es la siguiente: “Dado un nivel de servicio al cliente predeterminado, la logística se encargará del diseño y gestión del flujo de información y de materiales entre clientes y proveedores (distribución, fabricación, aprovisionamiento, almacenaje y transporte,...) con el objetivo de disponer del material adecuado, en el lugar adecuado, en la cantidad adecuada, y en el momento oportuno, al mínimo coste posible y según la calidad y servicio predefinidos para ofrecer a nuestros clientes”.

En los últimos años, la función clave de la logística integral se está incorporando rápidamente en las empresas, considerada como una coordinación y un enlace entre:

- Mercado (clientes y consumidores).
- Canales de distribución.
- Actividades operativas de la propia empresa.
- Proveedores.

Las actividades logísticas dentro de la empresa se centran en tres tipos de procesos básicos:

- Proceso de aprovisionamiento, gestión de materiales entre los puntos de adquisición y las plantas de procesamiento que se tengan.

- Proceso de producción, gestión de las operaciones de fabricación de las diferentes plantas.
- Proceso de distribución, gestión de materiales entre las plantas mencionadas y los puntos de consumo.

Mora, L. A. (2011) nombra a cuatro macro procesos en la gestión logística:

1. **Gestión de compras y almacenamiento**, que en términos de gestión y control de operaciones relacionadas con los flujos físicos de materiales, las compras se constituyen en la primera función de la cadena de suministro. Esto debido a que el inicio de este importante proceso depende de las necesidades de materias primas y materiales de empaque identificadas para los procesos productivos; así como de los repuestos para las tareas de mantenimiento; recurso humano necesario; horas de montacargas requeridas en el centro de distribución; cantidad de papel para fotocopias, etc. Tal determinación de actividades nace de la planeación y pronóstico de la demanda que realice una determinada compañía.

Sin embargo, la función de compras se integra a este proceso, al igual que al de innovación y desarrollo, como un agente conocedor de las fuentes de aprovisionamiento y, por ende, de aquellos actores capaces de satisfacer de manera óptima los requerimientos de adquisición de la empresa.

2. **Gestión moderna de inventarios**, los inventarios son recursos utilizables que se encuentran almacenados en algún punto específico del tiempo. La función básica de las existencias es el desglose, es decir; separar las actividades internas de una compañía, tales como manufactura, distribución o comercialización. Con el objetivo de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, debe encontrarse el equilibrio ideal, brindándoles el mayor nivel de servicio posible con el menor nivel de inventario. Si un bien no está disponible en el momento en que el cliente lo solicita, se perderá la venta y, en algunas circunstancias, posiblemente, las ventas futuras. Por el contrario, si se tienen altas cantidades de dicho producto, se tendrán altos costos asociados a los costos de oportunidad de tener recursos de capital invertidos innecesariamente en dichas mercancías.

El objetivo final de una buena administración del inventario, es mantener la cantidad suficiente para que no se presenten ni faltantes (stockouts) ni excesos de existencias (overstock), en un proceso fluido de producción y comercialización.

Esto conduce a tener una adecuada inversión de los recursos de una compañía y un nivel óptimo de costos de administrar el inventario.

3. **Gestión logística en centros de distribución y almacenes**, una bodega o almacén puede definirse como un espacio planificado para ubicar, mantener y manipular mercancías y materiales. Dentro de esta definición hay dos funciones dominantes: el almacenamiento y el manejo de materiales. El papel que tiene una bodega en el ciclo de abastecimiento de la empresa depende de la naturaleza de la misma.

En algunas ocasiones, será un punto de paso donde se descompone el flujo de materiales, conformado por unidades de empaque, para despachar las cantidades que necesitan los clientes. En este caso, el almacenaje no tiene tanta relevancia como el manejo de materiales. Como punto de partida, es necesario entender que las actividades físicas desarrolladas durante el proceso de almacenamiento son: recepción, almacenaje, preparación de pedidos y expedición.

Se destaca tres grandes funciones como; minimizar el costo total de la operación, suministrar los niveles adecuados de servicio y el complemento de procesos productivos.

4. **Gestión del transporte y distribución de carga y distribución**, de una forma breve y sencilla, diremos que la función de transporte se ocupa de todas las actividades relacionadas directa o indirectamente con la necesidad de situar los productos en los puntos de destino correspondientes, de acuerdo con unos condicionantes de seguridad, servicio y costo.

La palabra transporte se relaciona inevitablemente con el concepto de movimiento físico del producto. Sin embargo, conviene desde este momento hacer algunas puntualizaciones:

- El llamado tiempo de transporte no se refiere solo al transporte físico del producto (mercancía en tránsito), sino al período comprendido desde que la mercancía está dispuesta en los muelles para su carga, hasta que el producto físicamente es descargado en el lugar de destino, lo cual incluye necesariamente conceptos tales como: tiempos de espera, carga, descarga de vehículos, parada en ruta, transbordos, etc.
- Una correcta gestión del transporte obliga a que el responsable esté involucrado no solo en las tareas del día a día, como habitualmente ocurre, sino que sea partícipe de los planes estratégicos y tácticos de la empresa, para adaptar sus recursos a las necesidades que esta tenga a mediano y largo plazo.

La calidad del servicio está en función de las exigencias del mercado, englobando una serie de conceptos, relacionados, entre otros, con los siguientes aspectos:

- Rapidez y puntualidad en la entrega.
- Fiabilidad en las metas prometidas.
- Seguridad e higiene en el transporte.
- Cumplimiento de los condicionantes impuestos por el cliente (horarios de entrega, etc.).
- Información y control de transporte.

Esto constituye evidentemente un reto para las empresas que deberían centrar su responsabilidad como gestores de este servicio en los siguientes aspectos:

- Utilización eficiente de los vehículos, así como de la mano de obra ligada a ellos.
- Máxima rapidez y fiabilidad en las entregas, con un funcionamiento eficaz de la flota de transporte.
- Mantenimiento de la máxima seguridad tanto en el tráfico como en los productos que transportan.
- Operativa de acuerdo con la legislación vigente.

Es así que, una cadena de suministro está formada por todas aquellas partes involucradas de manera directa o indirecta en la satisfacción de la solicitud de un cliente. La cadena de suministro incluye no solamente al fabricante y al proveedor, sino también a los transportistas, almacenistas, vendedores al detalle e incluso a los mismos clientes.

Dentro de cada organización, como la del fabricante, abarca todas las funciones que participan en la recepción y el cumplimiento de una petición del cliente. Estas funciones incluyen, pero no están limitadas al desarrollo de nuevos productos, la mercadotecnia, las operaciones, la distribución, las finanzas y el servicio al cliente.

Origen del término «cadena de suministro»

El término «cadena de suministro», también conocido como «cadena de abasto» (del inglés: Supply Chain), entró al dominio público cuando Keith Oliver, un consultor en Booz Allen Hamilton, lo usó en una entrevista para el Financial Times en 1982. Tomó tiempo para afianzarse y quedarse en el léxico de negocios, pero a mediados de los 1990's empezaron a aparecer una gran cantidad de publicaciones sobre el tema y se convirtió en un término regular en los nombres de los puestos de algunos funcionarios.

David Blanchard define a la cadena de suministro como: “La secuencia de eventos que cubren el ciclo de vida entero de un producto o servicio desde que es concebido hasta que es consumido.”

La "Cadena de Suministro" no está limitada a empresas manufactureras, sino que se ha ampliado para incluir tanto "productos tangibles" como "servicios intangibles" que llegan al consumidor que requieren a su vez insumos de productos y servicios.

El Council of Supply Chain Management Professionals (CSCMP) define "Cadena de Suministro" como:

1. La Cadena de Suministro eslabona a muchas compañías, iniciando con materias primas no procesadas y terminando con el consumidor final utilizando los productos terminados.
2. Todos los proveedores de bienes y servicios y todos los clientes están eslabonados por la demanda de los consumidores de productos terminados al igual que los intercambios materiales e informáticos en el proceso logístico, desde la adquisición de materias primas hasta la entrega de productos terminados al usuario final.

Internamente, en una empresa manufacturera, la Cadena de Abasto conecta a toda la Organización pero en especial las funciones comerciales (Mercadotecnia, Ventas, Servicio al Cliente) de abasto de insumos para la producción (Abastecimiento), productivas (Control de Producción, Manufactura) y de almacenaje y distribución de productos terminados (Distribución), con el objetivo de alinear las operaciones internas hacia el servicio al cliente, la reducción de tiempos de ciclo y la minimización del capital necesario para operar. La Cadena de Suministro al igual que todas las actividades de la Organización acepta la existencia de Filosofías innovadoras y las incorpora a su quehacer, por lo que es fácil encontrar términos fortalecidos por las mismas como lo es "Lean Supply Chain Management" o "Lean six Sigma Logistics".

2.2.2 Rentabilidad

Parada, J.R. (1988) explica que el concepto de rentabilidad es una dimensión monetaria de eficiencia que puede medir, en parte; el grado de satisfacción síquica de los individuos, pero no en su totalidad. ¿Por qué, entonces, la rentabilidad ha adquirido la importancia que hoy tiene en las organizaciones empresariales? Una respuesta a la interrogante es que toda empresa es una unidad económica y como tal se deben buscar las formas de evaluar la gestión.

La facilidad de cuantificar el beneficio empresarial permite que el concepto de rentabilidad adquiera importancia como elemento que sirve de guía de actuación. Para la obtención de utilidades se deben movilizar los recursos necesarios para generar beneficios, estos recursos reciben el nombre de inversión. Si queremos

medir la eficiencia monetaria de la inversión se hace necesario buscar alguna forma de efectuar la medición y una de las maneras como se define la eficiencia es mediante el uso de ratios y uno de ellos es la rentabilidad.

Rentabilidad está definida por el ratio Utilidad: inversión y sirve para evaluar el grado de eficiencia de los recursos invertidos en cuanto a la generación de utilidades. Este concepto tiene validez tanto espacial como temporal, lo que quiere decir que es una medida que adquiere la validez cuando se compara dentro de un sector específico y para un tiempo determinado.

Por otro lado, al definir a la empresa como unidad económica, es lógico que se trate de evaluar la gestión económica - financiera, sin embargo es necesario señalar que además de ser la rentabilidad un objetivo también es un medio para materializar otros objetivos empresariales.

Quispe, U. (2012) explica que la rentabilidad está definida por el empresario privado como los méritos de un proyecto esencialmente en términos de utilidades que produciría y es en consecuencia, el rubro del cual le interesa lograr un máximo beneficio.

Asimismo, todos los recursos que lograría; y pondría en juego son para obtener estas utilidades, los cuales son reducidos al común denominador de unidades de capital, rubro que le interesa reducir al mínimo compatible con los requisitos del proyecto. El criterio básico de la evaluación para el empresario privado es, obtener el máximo de utilidades por unidad de capital empleado en el proyecto. A esa relación se le llama rentabilidad del proyecto y suele expresarse como el porcentaje (tasa) que representarán las utilidades anuales respecto al capital empleado para obtenerla, juntamente como hemos demostrado en nuestros ejemplos donde Juan Pérez obtiene una renta en base a sus ahorros, de igual forma podría obtenerse una renta en base a las actividades productivas de cualquier proyecto que se implemente y alcance sus objetivos de cumplir con los fines para el cual ha sido creado.

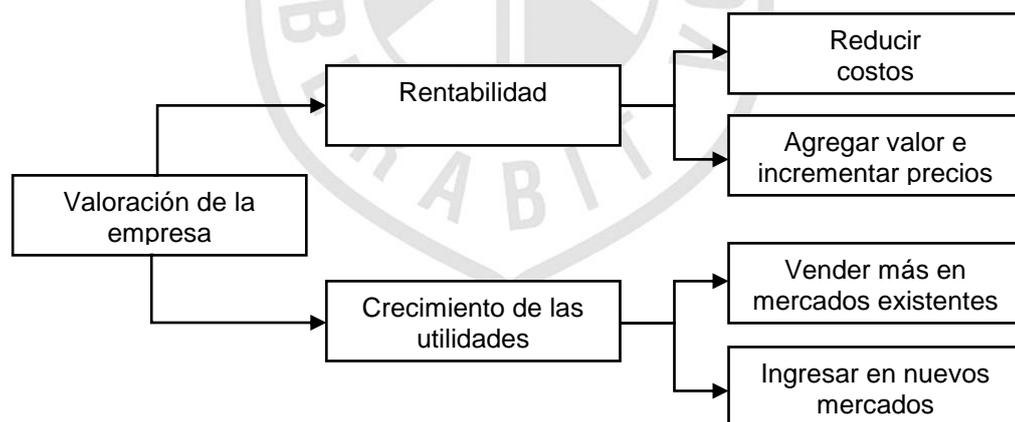
Hill, Ch. (2011) subraya que rentabilidad se mide de diferentes formas pero, en aras de la consistencia, la define como la tasa de retorno que obtiene la empresa sobre el capital invertido (ROIC, por sus siglas en inglés), que se calcula mediante

la división de la utilidad neta de la compañía entre el capital total invertido. El crecimiento de las utilidades se mide por el incremento del porcentaje de las utilidades netas a lo largo del tiempo.

En general, la rentabilidad y la tasa de crecimiento de las utilidades incrementan el valor de una empresa, y por ende los rendimientos acumulados para sus propietarios, los accionistas.

La estrategia de una empresa se define como la acción encaminada a alcanzar los objetivos que se fijó. Para la mayoría de ellas, el objetivo principal consiste en maximizar el valor de la empresa para sus propietarios, los accionistas (considerando que esto se debe realizar de manera legal, ética y socialmente responsable).

Los administradores deben adoptar estrategias que incrementen la rentabilidad de la empresa así como la tasa de crecimiento de las utilidades a lo largo del tiempo con el fin de maximizar el valor de una compañía.



Los administradores pueden incrementar la rentabilidad de la empresa mediante estrategias que reduzcan los costos o agreguen valor a los productos que ésta elabora, lo cual permite que la empresa incremente los precios.

Los administradores pueden elevar la tasa a la cual crecen las utilidades con el tiempo, con estrategias para vender más productos en mercados existentes o para ingresar en nuevos mercados.

Como veremos, con la expansión internacional, los administradores estimulan la rentabilidad de la empresa y aumentan la tasa de crecimiento de las utilidades a lo largo del tiempo.

Creación de valor

La forma de incrementar la rentabilidad de una empresa radica en crear más valor. El total del valor que crea una empresa se mide por la diferencia entre sus costos de producción y el valor que los consumidores perciben de los productos.

En general, entre más valor depositen los consumidores en los productos de una empresa, mayor es el precio que ésta puede cobrar por dichos productos. Sin embargo, el precio que una empresa cobra por un producto o un servicio suele ser menor al valor que el cliente atribuye a ese producto o servicio. Esta aparente contradicción se debe a que el cliente captura parte de ese valor en forma de lo que los economistas llaman superávit del consumidor.

El cliente puede hacerlo porque la empresa compite con otras firmas para ganar clientes, por lo que debe cobrar un precio menor al que podría cargar si fuera un proveedor monopólico.

Por lo regular también es imposible segmentar el mercado a tal grado que la empresa pueda cobrar a cada cliente un precio que refleje la evaluación del valor de un producto, a lo que los economistas llaman precio de reservación del cliente. Por estas razones, el precio que se cobra tiende a ser menor al valor que muchos clientes depositan en el producto.

Una empresa tiene mayores utilidades cuando crea más valor para sus clientes con un costo más bajo, nos referimos a una estrategia que se dirige sobre todo a la reducción de los costos de producción como estrategia de bajo costo, es decir, una estrategia que trata, sobre todo, de aumentar el atractivo de un producto como estrategia de diferenciación.

Michael Porter afirma que bajo costo y diferenciación son dos estrategias básicas para crear valor y lograr una ventaja competitiva en un sector industrial. De

acuerdo con su enfoque, las empresas que crean valor superior obtienen una rentabilidad superior, y la forma de crear valor superior reducir la estructura de costos del negocio y/o diferenciar el producto de alguna manera para que los consumidores lo valoren más y estén dispuestos a pagar más por él. La creación de valor, obligada por los competidores, no necesariamente requiere que la empresa tenga la estructura de costos más baja en una industria, o crear el producto más valioso en la mente de los consumidores. Sin embargo, exige que la brecha entre el valor y el costo de producción sea mayor que la brecha de la competencia.

Bravo, S. (2008), señala que los índices de Rentabilidad económica y financiera de corto plazo son: El ROA y ROE.

El índice de rentabilidad económico ha de medir el retorno que nos brinda el negocio, independientemente de cómo ha sido financiado y el índice de rentabilidad financiero ha de medir el retorno de los accionistas después de pagar la deuda. En ambos casos, algo importante a considerar es que ulteriormente lo que genera el negocio se transforma en utilidad y esta es la ganancia que tendrá el negocio, punto de vista económico, o el accionista, punto de vista financiero.

La utilidad es lo que finalmente interesa, porque esta se convertirá en dividendos (ganancia de liquidez inmediata) o transformarse en utilidades retenidas, que luego en el futuro se convertirán en flujo de dividendos.

Si la utilidad es la ganancia de la firma del negocio o del accionista que se genera en el período, entonces necesitamos saber si es suficiente, frente a la inversión realizada.

En el primer caso necesitaremos saber si la utilidad de la firma o del negocio (utilidad operativa neta) es suficiente para justificar la inversión inicial en el negocio (inversión total o activo total), el índice que nos da esta idea es el ROA (Return on Assets).

En el segundo caso necesitaremos saber si la utilidad disponible para los accionistas (utilidad financiera neta) es suficiente para justificar la inversión inicial del accionista del negocio (inversión del accionista o patrimonio), el índice que nos da esta idea es el ROE (Return on Equity).

Para poder calcular el índice ROA necesitamos la utilidad operativa neta (UNOp) y el total de activos (AT)

$$\text{ROA} = \frac{\text{UNOp}}{\text{AT}}$$

Para poder calcular el índice ROE necesitamos la utilidad financiera neta y el patrimonio de los accionistas.

$$\text{ROE} = \frac{\text{UN}}{\text{Patrimonio}}$$

Sobre los índices de Rentabilidad económica y financiera de largo plazo: TIRE y TIRF, es claro que un análisis de largo plazo establece la necesidad de medir los retornos de una inversión en el tiempo. Uno de esos índices es la tasa interna de retorno, que establece el rendimiento relativo promedio por período de una inversión en términos porcentuales.

Si en la firma se ha realizado una inversión (total) se busca establecer si los flujos esperados son suficientes para justificar la inversión realizada. La relación entre los flujos económicos y la inversión total establecen la tasa interna de retorno económica (TIRE).

En el tiempo la TIRE se convierte en un rendimiento promedio sobre la inversión por período para todo el horizonte de la evaluación y el ROA se calcula en cada período. Tener en cuenta que esta relación es importante, porque ayuda a comprender las relaciones entre las decisiones de corto y largo plazo.

López, F. (2010), establece que la rentabilidad económica y financiera es la condición necesaria y suficiente para la supervivencia empresarial. Del mismo

modo que los ratios de solvencia aportaban mayor potencia informativa que el equilibrio financiero como indicadores relativos que son, ahora serán los ratios de rentabilidad los que complementarán y aportarán mayor calidad informativa al indicador absoluto del beneficio obtenido de la cuenta de Pérdidas y Ganancias.

Creación de Valor en la Cadena de Suministro

En primer lugar, la Cadena de Suministro se define como la integración de la planificación y gestión de todas las actividades involucradas en la contratación externa y adquisición, conversión y todas las actividades de gestión Logística. En esencia, esta integra toda la gestión de la oferta y demanda dentro de la compañía y a través de diversas compañías.

En este sentido, la gestión de la cadena de suministro engloba toda la cadena de creación de valor, desde el aprovisionamiento de materiales hasta el transporte pasando por la fabricación y el ensamblaje. Los miembros del equipo de gestión de la cadena de suministro garantizan el suministro puntual de los productos para cumplir con los estándares de calidad requeridos.

La ruta más desatendida que lleva al incremento del valor para el accionista pasa por la cadena de suministro. No se trata simplemente de recortar los costos, aunque una gestión adecuada de la cadena de suministros suele reducir asombrosamente los costos a largo plazo.

La excelencia de la cadena de suministro contribuye a generar valor para el accionista porque controla el pulso de la firma: el flujo esencial de materiales e informaciones procedente de los proveedores por toda la empresa hasta llegar a los clientes.

Para que la cadena de suministro pueda crear valor existen tres puntos clave:

- 1.Crecimiento de los ingresos
- 2.Reducción de los costos
- 3.Baja utilización del activo

Si estos tres objetivos de la cadena de suministro se materializan, constituyen una receta muy eficaz para aumentar el beneficio económico y por ende la creación de valor para el accionista.

Una gestión eficaz de la cadena de suministro significa impulsar la integración entre departamentos o funciones para dar lugar a la máxima disponibilidad de producto con el mínimo costo y la mínima inversión de capital. Con esto se aumenta el beneficio económico porque se ayuda a generar más ingresos con unos menores costos y un capital circulante inferior. Un aumento del beneficio económico contribuye a generar un aumento del valor para el accionista.

Rentabilidad económica.

La rentabilidad económica, también denominada ROA (“Return on Assets”), es un indicador que mide el beneficio generado por una empresa durante un período determinado, expresado en porcentaje por unidad monetaria invertida en el negocio.

Algunos autores calculan este ratio teniendo en cuenta como inversión el Activo Total de la empresa, algo que entendemos es incorrecto ya que lo que se intenta conocer a través de este indicador es la cantidad de beneficio que produce la “empresa” o negocio, y no solo los activos en los que ha invertido. Por ello, será preciso hacer previamente una reclasificación del Estado de Situación Financiera separando, por una parte, todo lo que tiene que ver con la “actividad económica” y, por otra, lo relacionado exclusivamente con su “financiación” (actividad financiera).

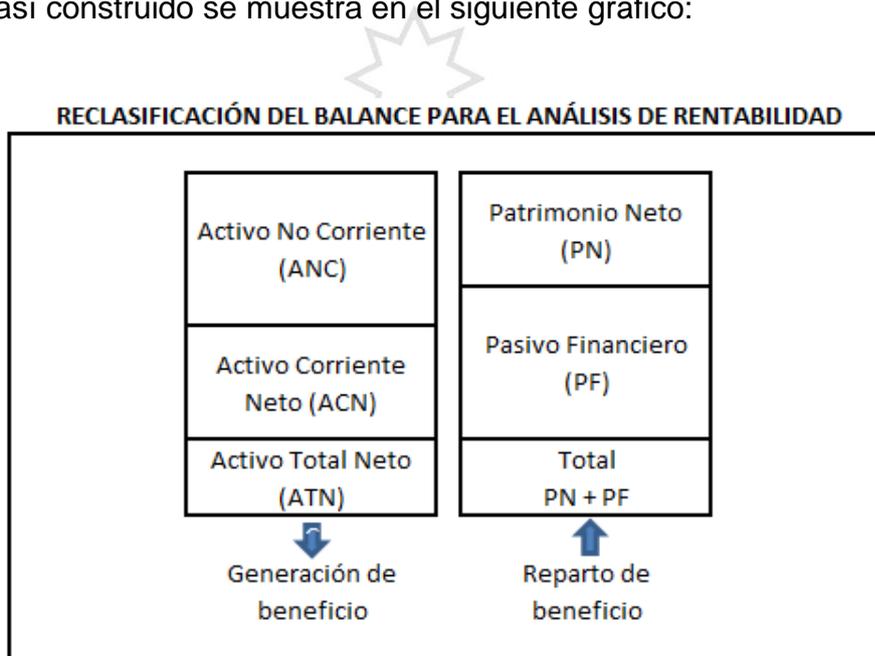
En efecto, recordamos que el Estado de Situación Financiera incluye en el activo todos los bienes y derechos de la empresa, y en el pasivo todas sus deudas u obligaciones.

Ahora bien, si hay existencias en la empresa, por ejemplo, es porque hay también proveedores que las han suministrado en determinadas condiciones de precio y plazo. Por ello, aunque figuren en el pasivo como deudas que son, forman parte ineludible del negocio cuya rentabilidad deseamos conocer. Solo tenemos que

pensar en los hipermercados para ver la importancia que tienen los proveedores en la bondad y rentabilidad de este tipo de negocio.

El primer paso, por tanto, para calcular adecuadamente la rentabilidad económica de una empresa es reclasificar el pasivo del balance por tipo de deuda (financiero y no financiero), en vez de por plazo (corriente y no corriente), traspasando a continuación al activo corriente con signo negativo el pasivo no financiero (financiación sin coste explícito), como las deudas con proveedores, instituciones públicas, trabajadores, etc.

El Balance así construido se muestra en el siguiente gráfico:



Este nuevo Balance permite diferenciar adecuadamente “qué” es lo que genera beneficio en la empresa (todas las inversiones realizadas, netas de la financiación espontánea recibida), y “entre quiénes” se reparte (bancos y socios) el eventual beneficio generado. Si ahora damos un paso más en el análisis, será fácil comprender qué escalón de resultado de la cuenta de Estado de Resultados habrá que poner en relación con el ATN (activo total neto) para determinar la rentabilidad económica del negocio, siendo clara la respuesta: el beneficio antes de intereses e impuestos (BAIT). Ello es debido a lo siguiente:

- Por una parte, porque un negocio no es mejor ni peor dependiendo de quién lo haya financiado (socios, bancos...), sino por su estructura más o menos exitosa de ingresos y gastos (no financieros). En efecto, una pastelería no produce

más o menos beneficio en función de quién haya puesto el dinero para su constitución, ni evidentemente tampoco por la menor o mayor presión fiscal (impuesto sobre el beneficio) que pueda aplicarse en el país en el que el negocio esté ubicado.

- Por otra parte, no sería muy coherente relacionar el beneficio después de gastos financieros con un elemento patrimonial como el ATN (activo total neto) que, recordamos, excluye todo lo que “no es financiero”. Así, por seguir con nuestro ejemplo, una pastelería no será más rentable económicamente si se ha constituido solo con recursos propios que si se ha hecho también con recursos ajenos, tal como indicó ría el menor valor de este ratio si se incluyera el efecto reductor de los gastos financieros en el beneficio.

En conclusión, al considerar el BAIT en vez del Resultado neto estamos evitando valorar mejor y tomar, por ello, eventualmente decisiones de inversión equivocadas en negocios por el solo hecho de haber sido financiados con una menor cantidad de deuda bancaria, tal como puede observarse en el siguiente ejemplo.

COMPARACIÓN DE RATIOS DE RENTABILIDAD ECONÓMICA

	Empresa A	Empresa B
Activo total neto (ATN)	2.000	2.000
Pasivo financiero (PF)	0.000	1.000
BAIT	500	500
GF	0	100
BAT	500	400
ROA (BAT / ATN)	25%	20%
ROA (BAIT / ATN)	25%	25%

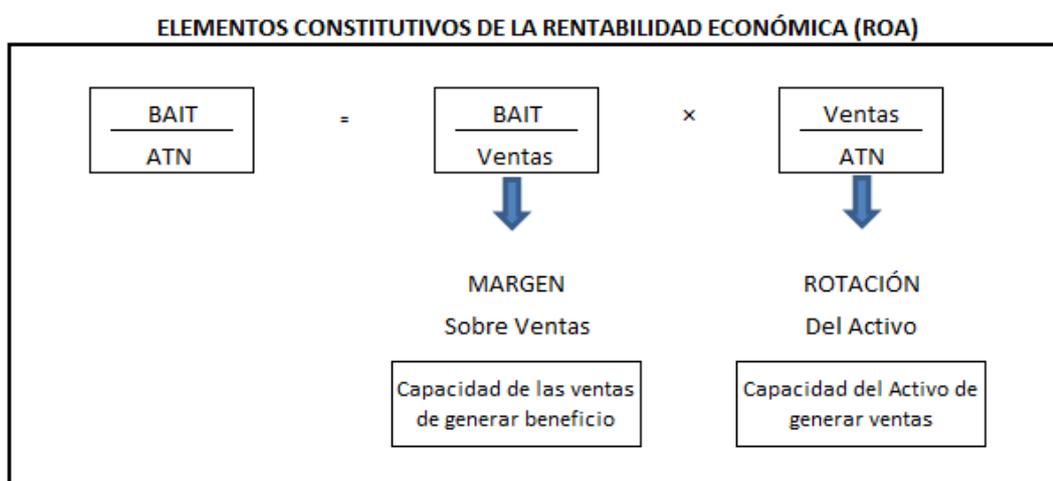
Vemos que la empresa A proporciona una mayor rentabilidad económica que la empresa B si aplicamos para su cálculo el BAT (beneficio antes de impuestos) en vez del BAIT, algo que no tiene mucho sentido ya que la única variación entre ambas empresas se debe a los mayores gastos financieros de la empresa B como consecuencia de haber utilizado financiación bancaria, y no solo recursos propios, para su constitución. Pero, insistimos, esto es financiero y nada tiene que

ver por ello con el mejor o peor resultado obtenido de la actividad económica desarrollada.

En resumen, la rentabilidad económica obtenida por una empresa se calculará como sigue:

$$ROA = \frac{BAIT}{ATN}$$

Ahora bien, si ahora multiplicamos y dividimos ambos miembros de esta fracción por las ventas, obtendremos la valiosa y útil información de conocer, no solo “cuánto” beneficio genera una empresa con su inversión, sino también “cómo” lo consigue:



En efecto, de la formulación anterior se desprende claramente que una empresa obtiene rentabilidad económica de la combinación de 2 elementos o factores distintos:

- **Margen sobre ventas**

El margen sobre ventas indicó el beneficio generado por cada unidad vendida, y se obtiene, lógicamente, de la información contenida en la cuenta de Pérdidas y Ganancias.

- Rotación del activo

La Rotación del activo indicó por su parte las ventas generadas con el activo total neto invertido en el negocio, y se obtiene de la relación de las Ventas con el ATN (activo total neto).

Este desglose nos facilita comprender mejor cómo el margen sobre ventas y la rotación o eficiencia son los dos motores básicos a través de los cuales la empresa genera rentabilidad económica, hasta el punto de que, en tiempos de crisis en los que los márgenes pueden estar ya muy ajustados, siempre quedará la opción de poder incrementar la rentabilidad económica a través de una mejora de la eficiencia, bien mediante una mejor gestión de los procesos (menor tiempo), o bien desinvirtiendo activos no productivos o innecesarios (menor inversión).

Por otra parte, dicho desglose de la rentabilidad económica es útil también para configurar tipos de negocio diferentes, como puede verse en el siguiente ejemplo:

DESGLOSE DE LA RENTABILIDAD ECONÓMICA EN MARGEN Y ROTACIÓN

	Empresa A	Empresa B
Ventas	1.000	600
BAIT	40	6
ATN	200	300
ROA	20%	20%
Margen	4%	10%
Rotación	5	0

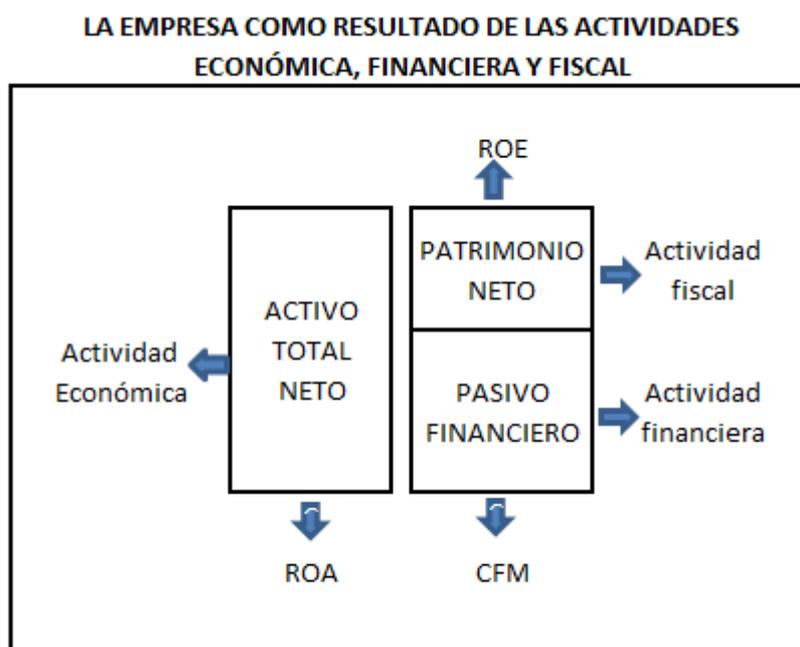
Las empresas A y B del cuadro anterior vemos que obtienen la misma rentabilidad económica, sin embargo ambas lo consiguen de distinta manera. En efecto, mientras la empresa A se posiciona claramente en la rotación (vender más a mayor velocidad), La empresa B lo hace a través de un mayor margen (beneficio por cada unidad vendida). Un ejemplo de ambos tipos de empresa podrían ser los hipermercados y las comercializadoras de productos de lujo, respectivamente.

Algunas empresas, por otra parte, buscarán la rentabilidad a través de los dos elementos sin optar por un posicionamiento exclusivo en ninguno de ellos.

Rentabilidad financiera

La rentabilidad financiera, también denominada ROE (“Return on Equity”), es un indicador que mide el beneficio obtenido por los socios de una empresa durante un período determinado, expresado en porcentaje por unidad monetaria invertida (Patrimonio Neto).

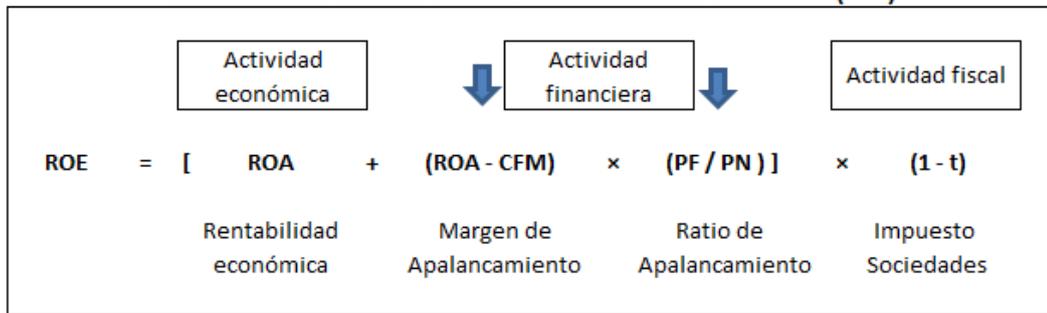
Para comprender mejor este ratio, concibamos que toda empresa desarrolla 3 actividades diferentes: económica, financiera y fiscal, tal como se ilustra en el siguiente gráfico:



Vemos que cada una de estas actividades genera un determinado indicador de rentabilidad. Así, la actividad económica genera el ROA; la actividad financiera el CFM (rentabilidad obtenida por las entidades financieras aportadoras de fondos); y la actividad empresarial en su conjunto, después del impuesto fiscalmente sobre el beneficio obtenido por los socios (PN), producirá el ROE.

Así concebida una empresa, podemos desglosar la rentabilidad financiera como resultado conjunto de las tres actividades, tal como se muestra en el siguiente gráfico:

ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DE LA RENTABILIDAD FINANCIERA (ROE)



Prescindiremos a continuación de los efectos reductores que origina la actividad fiscal (siempre es coste) para concentrarnos en el resultado individualizado de las otras dos actividades (económica y financiera), al ser en éstas donde se concentran principalmente todas las posibles decisiones de gestión.

Empezaremos afirmando que la rentabilidad financiera se relaciona de manera directa, positiva y causal con la rentabilidad económica de modo tal que, cuanto mayor sea ésta, mayor será también aquélla. Este hecho creemos que no requiere mayor explicación ya que es evidente que cuanto mayor rentabilidad económica genere un negocio (ROA), mayor deberá ser también la obtenida por los socios (mayor ROE) como dueños de la empresa que son.

Ahora bien, la rentabilidad económica es solo uno de los elementos generadores de la rentabilidad financiera, pudiendo ésta verse afectada también de manera positiva o negativa en función del signo y magnitud de la rentabilidad derivada del otro negocio de la empresa, es decir, el derivado de la actividad financiera.

En efecto, la rentabilidad antes de impuestos obtenida por un socio o accionista dependerá, por una parte, de la rentabilidad económica generada por la empresa (ROA), y por otra, de la participación que en dicha rentabilidad tengan las entidades financieras en base a las condiciones contractuales acordadas en sus préstamos y créditos. Recordamos que el CFM medía precisamente el porcentaje por unidad monetaria que se llevaban, o había que pagar a los bancos financiadores de la empresa.

El resultado de la actividad financiera podemos desglosarlo en el producto de los dos siguientes factores: margen y ratio de apalancamiento, que desarrollamos a continuación:

a. Margen de apalancamiento (MA)

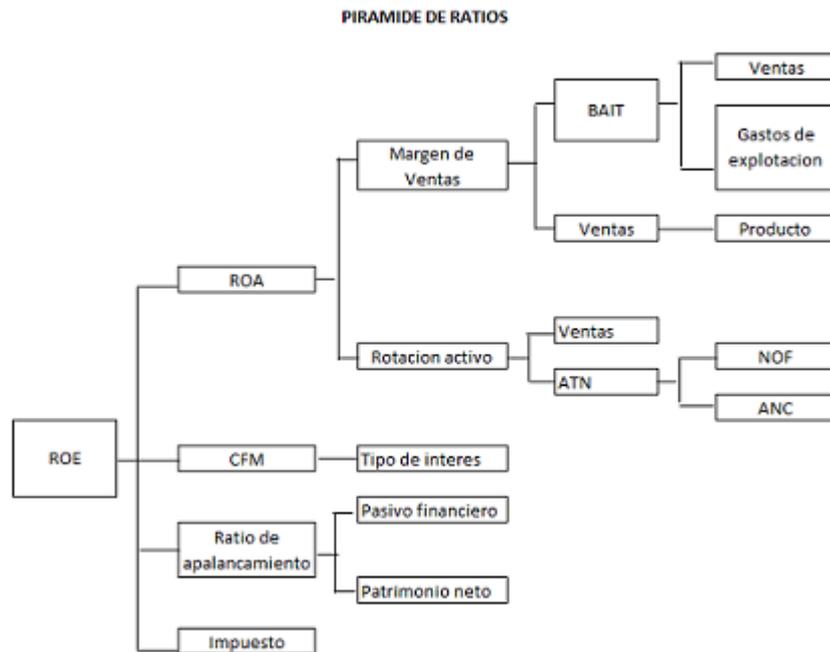
El margen de apalancamiento se obtiene de la diferencia entre el ROA y el CFM, pudiendo interpretarse como la parte del ROA generado por la empresa que les queda a los socios después de pagar a los Bancos (CFM). El cálculo de esta diferencia es posible porque ambos indicadores están expresados en la misma unidad de medida (% por unidad monetaria invertida).

Su interpretación es obvia: cuanto mayor sea este margen o diferencial, más le quedará al socio, y mayor será consecuentemente el ROE.

b. Ratio de apalancamiento (RA).

El ratio de apalancamiento se obtiene de la relación por cociente entre el Pasivo financiero (PE) y el Patrimonio neto (PN). Indica la proporción con la que los bancos financian la empresa en relación con lo aportado por los socios.

Presentamos a continuación la rentabilidad financiera en forma de pirámide de ratios para poder visualizar mejor así todas las decisiones y políticas de gestión de las que depende.



Tong J. (2008) señala que el riesgo en nuestro lenguaje cotidiano se define como la posibilidad de que nos pueda ocurrir un evento que nos perjudique o nos desgracie.

En finanzas, sin embargo, el riesgo tiene una connotación diferente. Si adquirimos un título A del que esperamos un retorno de 5% y existe el 100% de probabilidad de que el retorno actual sea 5%, decimos que dicho título está libre de o no tiene riesgo. Por el contrario, si se adquiere un título B, del que esperamos tener un retorno de 25%, pero existe la probabilidad de que el retorno actual que recibamos sea diferente de 25%, es decir; no tenemos el 100% de probabilidad de que el retorno en realidad sea del 25%, decimos que el título B es riesgoso o tiene riesgo.

Márquez J. (2003) considera que el riesgo nace de la incertidumbre ya que esta implica no tener certeza sobre los acontecimientos futuros. Existe la probabilidad de que las personas o entidades, puedan verse afectadas por acontecimientos adversos, que son previsibles pero inciertos, y ello se denomina riesgo. Así por ejemplo, existe riesgo de pérdida del patrimonio por robo o incendio; existe riesgo de colisionar o afectar a un tercero cuando se conduce un vehículo; existe riesgo

para la vida o la integridad física de las personas, etc. Es decir, el riesgo no se puede evitar porque el futuro es incierto.

Videla P., Pastor A., Rahnema A. (1997) coinciden, que los riesgos financieros, se refieren a la probabilidad y magnitud de la influencia de los cambios no previstos en el tipo de interés y el coste de diferentes fuentes de capital, sobre el flujo de fondos. Asimismo consideran que los riesgos financieros y comerciales emergen como consecuencia de las fluctuaciones no previsibles en los tipos de cambios, tipos de interés, inflación y precios relativos.

Dias, J. (n.d.) señala que el riesgo financiero se refiere a la relativa incapacidad de la empresa para satisfacer sus obligaciones con sus acreedores.

Creación de valor en las finanzas

Ante la situación actual que estamos enfrentando, es un gran reto para todos los empleados y especialmente para los altos directivos, lograr mantener las ventas, los ingresos y más aún, la rentabilidad de la empresa.

Con tantos problemas urgentes a solucionar, se puede perder el enfoque en la planificación, las estrategias a mediano y largo plazo, por lo que se vuelve importante aplicar las finanzas estratégicas. Pero si realmente queremos ver grandes resultados hará falta hacer grandes cambios e innovar; a través de este blog, conversaremos como el mercado de valores puede ofrecerle mecanismos innovadores de financiamiento e inversión que le puedan permitir impulsar la creación de valor en su empresa.

Hablamos de “creación de valor” cuando a través de la toma de decisiones financieras, se logra generar retornos por encima del valor mínimo esperado. Según las finanzas estratégicas, existen tres áreas fundamentales para la toma de decisiones en el quehacer de una empresa:

Decisiones de Operación: la operación es el día a día de la empresa y en ellas participan todas las áreas de la empresa, al final la meta común de toda la

empresa es o debería de ser generar la mayor utilidad posible a partir de un determinado volumen de ventas o servicios.

Todas las estrategias y decisiones que se toman en cada área, ya sea esta el área de ventas, mercadeo, producción o compras e incluso el área de administración y/o finanzas, tiene un impacto directo y por ende se refleja en el estado de resultados de la empresa.

Decisiones de Inversión: las decisiones referentes a las inversiones empresariales van desde el análisis de las inversiones de corto plazo, como por ejemplo en capital de trabajo, las cuentas por cobrar, los inventarios; hasta las inversiones de capital representadas en activos fijos como edificios, terrenos, maquinaria, tecnología etc. y otras inversiones de largo plazo.

Adicional a las inversiones tradicionales y directamente relacionadas con el negocio, muchas empresas están adoptando políticas y estrategias de inversión a través del mercado de valores, maximizando así la rentabilidad de sus excedentes de recursos.

Al igual que las decisiones de operación, las decisiones de inversión también tienen su importancia e impacto. Una inversión creará valor si es capaz de mejorar la generación de rentabilidad, ya sea incrementando el ingreso de la empresa o reduciendo los costos y gastos.

Las decisiones de financiamiento están muy relacionadas con las decisiones de inversión, ya que uno de los puntos más importantes a evaluar al tomar decisiones de financiamiento es el plazo, el cual debe estar directamente relacionado con el plazo de la inversión.

El capital de trabajo se puede financiar con opciones de corto plazo, mientras que la inversión de equipo, implementación de nuevos proyectos, terrenos, etc., deberá ser financiada totalmente por deuda de largo plazo, ya sea que esta deuda sea con terceros como con bancos, el mercado de valores ó del patrimonio, lo cual significa que los accionistas deben de aportar más dinero a la empresa.

Cada alternativa tiene sus beneficios particulares y deben de ser ampliamente analizadas no solamente en términos de costos, sino que también en ventajas competitivas, de mediano y largo plazo, que puedan ofrecer.

En las áreas de mercadeo escuchamos los términos de innovación, creatividad, pensar fuera de la caja, yo quiero invitarles a que también apliquen estos términos en el área financiera.

La Bolsa de Valores es una alternativa de financiamiento no tradicional que además de diversificar sus fuentes de financiamiento, le permite la flexibilidad de diseñar estructuras innovadoras de financiamiento para solventar cualquier necesidad de financiamiento empresarial.

En la Bolsa de Valores una empresa puede seleccionar entre un abanico de instrumentos bursátiles de corto plazo (papel bursátil) o largo plazo (certificados de inversión, titularización, emisión de acciones).

Una vez seleccionado el tipo de instrumento, por ejemplo hablemos de los certificados de inversión, estos se pueden estructurar a la medida de sus necesidades: usted decide el plazo, la forma de pago tanto de capital como de intereses, de hecho muchas empresas deciden pagar capital al vencimiento, logrando reducir la presión sobre el flujo de efectivo de la empresa y que mejorando la eficiencia del financiamiento. Usted también puede decidir los tipos de tasas, fija o reajutable, o fijar tasas mínimas y máximas, que ha demostrado ser una práctica exitosa que garantiza la certeza del costo de financiamiento a lo largo de la emisión. Incluso se puede seleccionar la garantía que su empresa puede ofrecer, (Hipotecaria, Patrimonial, Aval, etc.)

Bueno, en fin, para diseñar la estructura de financiamiento a su medida, la imaginación es el límite.

Pensar en la innovación financiera para sus empresas, diversificando sus fuentes de financiamiento a través de estructuras diseñadas a la medida de sus necesidades, le podrá ofrecer la oportunidad de impulsar la creación de valor para su empresa.

La Bolsa de valores representa un universo de oportunidades para las empresas que deciden participar de él. Así lo demuestran los múltiples casos de éxito de empresas que han emitido valores.

2.3 Términos técnicos

Apalancamiento financiero

Es el efecto que introduce el endeudamiento sobre la rentabilidad de los capitales propios. La variación resulta más que proporcional que la que se produce en la rentabilidad de las inversiones. La condición necesaria para que se produzca el apalancamiento amplificador es que la rentabilidad de las inversiones sea mayor que el tipo de interés de las deudas.

Se denomina apalancamiento a la posibilidad de financiar determinadas compras de activos sin la necesidad de contar con el dinero de la operación en el momento presente.

Costos

Es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio.

En otras palabras, el costo es el esfuerzo económico que se debe realizar para lograr un objetivo operativo (el pago de salarios, la compra de materiales, la fabricación de un producto, la obtención de fondos para la financiación, la administración de la empresa, etc.). Cuando no se alcanza el objetivo deseado, se dice que una empresa tiene pérdidas.

Canales de distribución

Es un conjunto de arterias, a través de las cuales circulan los bienes para llegar a los consumidores finales.

Eficiencia

Es el uso racional de los medios con que se cuenta para alcanzar un objetivo predeterminado. Se trata de la capacidad de alcanzar los objetivos y metas

programadas con el mínimo de recursos disponibles y tiempo, logrando de esta forma su optimización.

Se concibe este concepto, como el principio que permite la relación óptima entre los recursos que se utilizan y los productos que se obtienen, y que, simultáneamente, hace posible que el trabajador se sienta realizado mediante un sentimiento de logro y de plena satisfacción.

Planeamiento

Es el proceso metódico diseñado para obtener un objetivo determinado. En el sentido más universal, implica tener uno o varios objetivos a realizar junto con las acciones requeridas para concluirse exitosamente.

Otras definiciones, más precisas, incluyen "La planificación es un proceso de toma de decisiones para alcanzar un futuro deseado, teniendo en cuenta la situación actual y los factores internos y externos que pueden influir en el logro de los objetivos".

La acción de planear en la gestión se refiere a planes y proyectos en sus diferentes ámbitos, niveles y actitudes.

Planeamiento Estratégico

Es un esfuerzo organizacional, definido y disciplinado, que busca que las instituciones definan con la mayor claridad posible su misión y la visión que tienen de ésta en el mediano y largo plazo. Constituyéndose en una herramienta poderosa que posibilita la adaptación de la organización a medios exigentes, cambiantes y dinámicos logrando el máximo de eficiencia, eficacia y calidad en la prestación de sus servicios.

Estrategia

Son planes tácticos que se realizan teniendo en consideración los planes y acciones de la competencia.

Globalización

Se designa al amplio proceso de transformación tecnológica, institucional y de orientación que ocurre en la economía internacional, ámbito que, cada vez más, da paso a otras actividades del quehacer humano, como son las actividades sociales, culturales, políticas, etc., contando para ello con la resolución tecnológica moderna, expresada por los desafíos de la era informática.

Implementación de Control Interno

La definición de control interno se entiende como el proceso que ejecuta la administración con el fin de evaluar operaciones específicas con seguridad razonable en tres principales categorías: Efectividad y eficiencia operacional, confiabilidad de la información financiera y cumplimiento de políticas, leyes y normas.

Debido al mundo económico integrado que existe hoy en día se ha creado la necesidad de integrar metodologías y conceptos en todos los niveles de las diversas áreas administrativas y operativas con el fin de ser competitivos y responder a las nuevas exigencias empresariales, surge así un nuevo concepto de control interno donde se brinda una estructura común el cual es documentado en el denominado informe COSO.

El control interno posee cinco componentes que pueden ser implementados en todas las compañías de acuerdo a las características administrativas, operacionales y de tamaño; los componentes son: un ambiente de control, una valoración de riesgos, las actividades de control (políticas y procedimientos), información y comunicación y finalmente el monitoreo o supervisión.

La implementación del control interno implica que cada uno de sus componentes estén aplicados a cada categoría esencial de la empresa convirtiéndose en un proceso integrado y dinámico permanentemente, como paso previo cada entidad debe establecer los objetivos, políticas y estrategias relacionadas entre sí con el fin de garantizar el desarrollo organizacional y el cumplimiento de las metas corporativas.

Cabe destacar que la responsabilidad principal en la aplicación del control interno en la organización debe estar siempre en cabeza de la administración o alta gerencia con el fin de que exista un compromiso real a todos los niveles de la empresa, siendo función del departamento de auditoría interna o quien haga sus veces, la adecuada evaluación o supervisión independiente del sistema con el fin de garantizar la actualización, eficiencia y existencia a través del tiempo.

Mercado

Conjunto de fuerzas o condiciones, dentro de los cuales, los compradores y vendedores toman decisiones que dan como resultado la transferencia de bienes y servicios.

Productividad

Productividad puede definirse como la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados.

Utilidad

Del latín utilitas, la utilidad es el interés, provecho o fruto que se obtiene de algo. El término también permite nombrar a la cualidad útil (que puede servir o ser aprovechado en algún sentido).

Ventaja competitiva

Conjunto de atributos de una empresa (y de sus productos) que la distinguen de sus competidores y que son reconocibles por sus clientes.

Diferencias que le permiten a la empresa una ventaja para competir mejor, adelantándose a la competencia y superándola. Las ventajas competitivas usualmente se clasifican en ventajas de precio, de calidad y de oportunidad.

Campamento minero

Un campamento minero es una mini ciudad porque se ubican en zonas alejadas de las zonas urbanas, la mayoría está en las alturas 3,500 m.s.n.m., en zonas descampadas donde se encuentra el mineral en los cerros o montañas.

Aquí viven ahora con todo confort los ingenieros de minas (staff) y los obreros (mineros) por espacio de 5 días, las 24 horas y trabajan por turnos, cuentan con cama, calefacción, comedor, mini market, Tv, Cable, películas sala de música, de juegos, etc.

Las estructuras de los campamentos pueden ser carpas modelo igloo (reforzadas con térmicos de acuerdo a la zona) y/o estructuras modulares. Esto dependerá del proyecto y presupuesto con el que cuente el mismo.

Liquidez

Representa la cualidad de los activos para ser convertidos en dinero efectivo de forma inmediata sin pérdida significativa de su valor.

De tal manera que cuanto más fácil es convertir un activo en dinero se dice que es más líquido.

Rentabilidad

Es la capacidad de producir o generar un beneficio adicional sobre la inversión o esfuerzo realizado.

- ROS o Retorno sobre las ventas.

ROS, es la relación entre la utilidad neta y las ventas netas de la empresa. Por esta razón, la primera fórmula de rentabilidad que nos interesa es el margen de utilidad que obtenemos de una venta, el cual se expresa de la siguiente manera:

$$\text{ROS} = \text{Utilidad} / \text{Ventas (también conocido como Margen de Contribución)}$$

- ROA o Retorno sobre los activos.

Si el ROS analizado anteriormente resulta atractivo, el gerente de la empresa debe proceder a calcular la rentabilidad de los activos de la empresa.

Los activos representan la viabilidad económica de la empresa; en cambio, los pasivos reflejan la situación financiera. La rentabilidad sobre los activos se mide por la siguiente expresión:

$$\text{ROA} = \text{Utilidad} / \text{Activos}$$

- **ROE o Rentabilidad sobre el patrimonio.**

Dentro de una empresa, muestra el retorno para los accionistas de la misma, que son los únicos proveedores de capital que no tienen ingresos fijos.

Mide la rentabilidad del capital propio o rentabilidad de los accionistas. El ROE expresa la rentabilidad financiera de la empresa, calculando el beneficio neto después de impuestos (Utilidad) entre los fondos propios (Patrimonio) tal como lo indicó la siguiente fórmula:

$$\text{ROE} = \text{Utilidad} / \text{Patrimonio}$$

- **ROI o la Rentabilidad sobre la inversión.**

El ROI es un valor que mide el rendimiento de una inversión, para evaluar qué tan eficiente es el gasto que estamos haciendo o que planeamos realizar, es decir nos permite obtener el ratio de retorno de inversión.

Es decir, al beneficio que hemos obtenido de una inversión (o que planeamos obtener) le restamos el costo de inversión realizada. Luego eso lo dividimos entre el costo de la inversión y el resultado es el ROI.

$$\text{ROI} = \text{Utilidad} / \text{Inversión}$$

2.4 Formulación de hipótesis

2.4.1 Hipótesis principal

La gestión logística influye significativamente en la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana.

2.4.2 Hipótesis secundarias

- a) La gestión de compras y abastecimiento influye de forma óptima en la rentabilidad económica de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana.
- b) La gestión logística de los centros de distribución y almacenes influye de forma significativa en la rentabilidad financiera de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana.
- c) El aprovechamiento de la gestión del transporte y distribución de la carga influye positivamente sobre el riesgo financiero de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana.
- d) La prestación de servicio al cliente incide positivamente sobre el riesgo económico en las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana.

2.5 Operacionalización de variables

2.5.1 Variable independiente

X: Gestión logística

Definición conceptual	Comprende el plan de organización y todos los métodos y procedimientos que en forma coordinada se adoptan en un negocio para la protección de sus activos, la obtención de información financiera correcta y segura, la promoción de eficiencia de operación y la adhesión a las políticas prescritas por la dirección.	
Definición operacional	INDICADORES	ÍNDICES
	x1. Gestión de compras y abastecimiento	1.1 Se planifican, se pronostican las necesidades. 1.2 Se satisfacen los requerimientos de adquisición de la Empresa. 1.3 Selección, evaluación y certificación de proveedores. 1.4 Se negocian ampliamente con los proveedores. 1.5 Se conservan los óptimos niveles de inventarios. 1.6 Garantiza el mejor precio de compra del mercado. 1.7 Un buen costo respalda la posición competitiva de la Empresa. 1.8 Garantizan la compra de productos de alta calidad.
	x2. Gestión logística en centros de distribución y almacenes	2.1 Minimizar el costo total de la operación 2.2 Suministro de los niveles adecuados del servicio. 2.3 Complemento de procesos de servicio
	x3. Gestión del transporte y distribución de la carga	1.1 Rapidez y puntualidad en la entrega. 1.2 Gestión de tarifas y fletes de carga. 1.3 Planificación y optimización de rutas de transporte. 1.4 Seguros de carga.
	x5. Servicio al cliente	5.1 Devoluciones de clientes 5.2 Quejas de clientes 5.3 Tiempo de entrega a clientes 5.4 Porcentaje de clientes satisfechos 5.5 Reclamaciones de clientes 5.6 Cifra de ventas a clientes
Escala valorativa	Sí. No. No sabe. No opina.	

2.5.2 Variable dependiente

Y: Rentabilidad

Definición conceptual	Díaz J. (n.d.) define a la rentabilidad como la relación entre beneficio y capital, que en su forma más sencilla es la relación entre el beneficio, deducido de impuestos pero antes de pagar los dividendos y el activo total, expresada dicha relación como porcentaje. También se usa como forma figurada para cualquier actividad cuando la producción obtenida es mayor que el total de los recursos utilizados.	
Definición operacional	INDICADORES	ÍNDICES
	y1. Rentabilidad Económica	<ul style="list-style-type: none"> - Competitividad - Capital - Costo de capital - Costo del servicio - Tasa impositiva
	y2. Rentabilidad Financiera	<ul style="list-style-type: none"> - Pago de dividendos - Capacidad para financiar el crecimiento de la compañía - Satisface las expectativas de los accionistas.
	y3. Riesgo Financiero	<ul style="list-style-type: none"> - Apalancamiento financiero - Cumplimiento de obligaciones - Riesgo de mercado - Riesgo de crédito - Riesgo de liquidez - Riesgo operacional
	y4. Riesgo Económico	<ul style="list-style-type: none"> - Sensibilidad de la demanda de los productos o servicios de la empresa respecto de las condiciones generales de la economía. - Actividad y nivel de la competencia - Diversificación de la producción - Apalancamiento operativo - Perspectivas del crecimiento empresarial - Tamaño de la empresa - Aparición de nuevos competidores
Escala valorativa	Sí. No. No sabe. No opina.	

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1 Diseño Metodológico

Es una investigación no experimental, cuyo diseño metodológico es el “**descriptivo**”.

Ox r Oy

Dónde:

- O = Observación.
- x = Gestión logística.
- y = Rentabilidad.
- r = Relación de variables.

3.1.1 Tipo y nivel de investigación

De acuerdo a la naturaleza del estudio que se ha planteado, reúne las condiciones metodológicas suficientes para ser considerada una “investigación aplicada” centrándose en un “nivel descriptivo”.

3.1.2 Estrategias o procedimientos de contrastación de hipótesis

Para contrastar las hipótesis planteadas se usó la prueba Ji Cuadrado, pues los datos para el análisis deben estar en forma de frecuencias. La estadística Ji Cuadrado es la más adecuada porque las pruebas son las evidencias muestrales, teniendo en cuenta los siguientes pasos o procedimientos:

- a. Formular la hipótesis nula (H_0)
- b. Formular la hipótesis alternante (H_1)
- c. Fijar el nivel de significación (α), $5\% < \alpha < 10$, y está asociado al valor de la Tabla Ji-Cuadrado que determina el punto crítico (χ^2_t), específicamente el valor de la distribución es $\chi^2_{t (k-1), (r-1) gl.}$ y se ubica en la Tabla Ji-Cuadrado, este

valor divide a la distribución en dos zonas, de aceptación y de rechazo, tal como indicó el gráfico; si $\chi_c^2 \geq \chi_t^2$ se rechazará la hipótesis nula.

d. Calcular la prueba estadística con la fórmula siguiente:

$$\chi_c^2 = \frac{\sum (oi - ei)^2}{ei}$$

Dónde:

oi = Valor observado

ei = Valor esperado

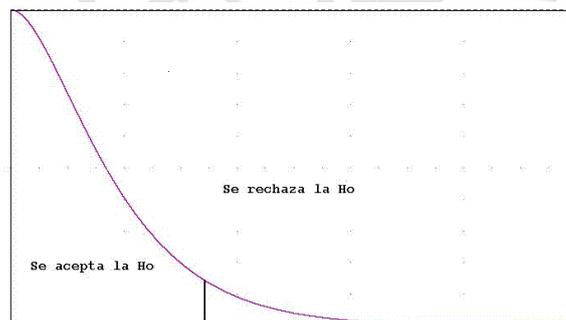
χ_c^2 = Valor del estadístico calculado con datos de la muestra que se trabajan y se debe comparar con los valores paramétricos ubicados en la Tabla Ji-Cuadrado según el planteamiento de la hipótesis alternante e indicó dos en el paso 3.

χ_t^2 = Valor del estadístico obtenido en la Tabla Ji-Cuadrado.

K = filas, r = columnas, gl = grados de libertad

e. Toma de decisiones

Se debe comparar los valores de la prueba con los valores de la tabla.



3.2 Población y muestra

3.2.1 Población (N)

La población que conforma la investigación estuvo delimitada por un grupo de 8 empresas dedicadas al abastecimiento de campamentos en el sector minero ubicadas en Lima Metropolitana, conformada por una población estimada de 500 personas entre damas y caballeros, lo cual se detalla en el cuadro adjunto.

Cuadro de Distribución de la Población

Nº	Empresa	Población (N)
1	SODEXO	95
2	ARAMARK	85
3	CP GROUP	85
4	L&W SOPORTE LOGÍSTICO	80
5	EXPOSUPPORT	70
6	OPERCAMP	50
7	OTRAS	35
TOTAL		500

Fuente: Ministerio de la Producción

Elaboración: Propia.

3.2.2 Muestra

En la determinación óptima de la muestra se utilizó la fórmula del muestreo aleatorio simple utilizado para poblaciones finitas, la que se detalla a continuación:

$$n = \frac{z^2 p \cdot q \cdot N}{\varepsilon^2 [N - 1] + z^2 p \cdot q}$$

Dónde:

Z = Valor de la abscisa de la curva normal asociado a un nivel de confianza, para el caso del problema, se usará un nivel de confianza del 90%, $z = 1.64$

P = Proporción de hombres dedicados al abastecimiento de campamentos en el sector Minero ubicadas en Lima Metropolitana, para el caso del problema se considera un valor de $p = 0.80$.

q = Proporción de mujeres dedicadas al abastecimiento de campamentos en el sector Minero ubicadas en Lima Metropolitana, para el caso del problema se considera un valor de $q = 0.20$.

ε = Margen de error 9%

N = Población, conformada por 500 personas

n: Tamaño óptimo de muestra por determinar.

Reemplazando valores tenemos:

$$n = \frac{(1.64)^2 (0.8) (0.2) (500)}{(0.09)^2 (500-1) + (1.64)^2 (0.8) (0.2)}$$

n = 48 personas entre hombres y mujeres a quien se le aplicó las encuestas y entrevistas

Muestreo Estratificado

Para seleccionar el tamaño de muestras por empresas se aplicó esta técnica, para lo cual se debe calcular el factor de distribución de la muestra $FDM = \frac{n}{N}$.

$FDM = \frac{n}{N} = \frac{48}{500} = 0.096$, obteniendo el siguiente cuadro:

Tabla N° 01
Estratificación muestral

Nº	Empresa	Población(N)	Muestra(n)
1	SODEXO	95	9
2	ARAMARK	85	8
3	CPGROUP	85	8
4	L&W SOPORTE LOGISTICO	80	8
5	EXPOSUPPORT	70	7
6	OPERCAMP	50	5
7	OTRAS	35	3
TOTAL		500	48

Fuente: Ministerio de la Producción

Elaboración: Propia.

3.3 Técnicas de recolección de datos.

3.3.1 Descripción de los métodos, técnicas e instrumentos.

Los métodos de investigación empleados a emplearse en el proceso de investigación son: el método descriptivo, estadístico, de análisis – síntesis, entre otros, que conforme con el desarrollo de la investigación se den indistintamente.

Con respecto a las técnicas de investigación, se utilizó se aplicará la encuesta, caracterizada por su amplia utilidad en la investigación social por excelencia, debido a su utilidad, versatilidad, sencillez y objetividad de los datos que se obtiene mediante el cuestionario como instrumento de investigación.

En relación a la entrevista, como instrumento de investigación, que se centrará en el diálogo interpersonal entre el entrevistador y el entrevistado, en una relación cara a cara, es decir, en forma directa.

3.3.2 Procedimientos de comprobación de la validez y confiabilidad de los instrumentos.

El procedimiento de validez para garantizar su eficacia y efectividad de los instrumentos de investigación, fundamentalmente si estos miden con objetividad, precisión, veracidad y autenticidad aquello que se desea medir de las variables, se procedió con la aplicación de una prueba piloto a diez (10) personas, de conformidad con la determinación de la muestra en forma aleatoria. Asimismo; la confiabilidad ha permitido obtener los mismos resultados en cuanto a su aplicación en un número de veces de tres (3) a las mismas personas en diferentes períodos de tiempo.

3.4 Técnicas para el procesamiento y análisis de la información

El procesamiento y análisis de la información se hizo se efectuará con el programa estadístico informático de mayor uso en las ciencias sociales; Statistical Package for the Social Sciences, conocido por sus siglas SPSS, edición IBM® SPSS® Statistics 20, versión en español (Modelo de correlación de Pearson).

3.5 Aspectos éticos

En la elaboración del proyecto de tesis, se ha dado cumplimiento a la Ética Profesional, desde su punto de vista especulativo con los principios fundamentales de la moral individual y social; y el punto de vista práctico a través de normas y reglas de conducta para satisfacer el bien común, con juicio de valor que se atribuye a las cosas por su fin existencial y a las personas por su naturaleza racional, enmarcadas en el Código de Ética de los miembros de los Colegios de Contadores Públicos del país, dando observancia obligatoria a los siguientes principios fundamentales:

- Integridad.
- Objetividad.
- Competencia profesional y debido cuidado.
- Confidencialidad.
- Comportamiento profesional

En general, el desarrollo se ha llevado a cabo prevaleciendo los valores éticos, como proceso integral, organizado, coherente, secuencial, y racional en la búsqueda de nuevos conocimientos con el propósito de encontrar la verdad o falsedad de conjeturas y coadyuvar al desarrollo de la ciencia contable.

CAPÍTULO IV RESULTADOS

4.1 Entrevista

1) ¿Cuál cree usted que es el problema de fondo con relación a la gestión del área logística de las empresas de servicios al sector minero?

De acuerdo a la pregunta planteada, la gran mayoría de los encuestados coincide con que el principal problema de la gestión logística respecto a los campamentos mineros es la ubicación de los mismos y la dificultad para acceder a ellos, ya que por lo general se encuentran ubicados en zonas muy poco accesibles para el común de la gente o tiene acceso restringido debido al clima y/o por la misma geografía de la zona y por seguridad no es de tránsito fluido. Esto añadido a la poca comunicación entre las áreas involucradas concluye con una gestión de compras poco efectiva.

Otra parte de los encuestados manifestó que la falta de conocimientos técnicos sobre los productos a comprar forman también parte del problema de la gestión logística ya que muchas veces se solicitan productos sin tener la certeza de que se ha revisado previamente la parte técnica para verificar que efectivamente sea lo que en la obra se requiere.

2) ¿Cuál es su opinión acerca de la aplicación del análisis FODA dentro del proceso logístico de las empresas de servicios al sector minero?

Ante esta pregunta los encuestados respondieron que el análisis FODA es importante no solo para el área logística del sector minero sino en todas las áreas de las empresas, es una herramienta de mucha utilidad dentro del proceso logístico y ayudara a identificar y diagnosticar los problemas y las bondades del proceso en sí, ayudando a establecer objetivos y metas en relación al análisis encontrado.

Así también se indicó que solo es útil si se desarrolla correctamente, de lo contrario solo seguirá siendo un plan.

3) ¿De qué manera considera usted que afecta la falta de controles internos dentro del proceso logístico de las empresas de servicios al sector minero?

Los controles, sobre la base de indicadores, aseguran una gestión eficiente en costos, de no contar con indicadores se podría decir que estaríamos trabajando a la deriva, no tendríamos forma de medir la eficiencia y saber el resultado de nuestro trabajo.

El monitoreo interno es clave para la continuidad efectiva en el proceso logístico ya que no llevarse a cabo estos controles podría desencadenar en el desabastecimiento por incumplimiento de fechas de entrega, caída de la rentabilidad, sobre costos o la pérdida de la eficiencia en el desarrollo del trabajo.

4) ¿De acuerdo a su criterio cree Usted que debería haber un sistema de planeamiento en el proceso logístico para mejorar la rentabilidad de las empresas de servicios al sector minero?

Sobre esta pregunta en general los entrevistados manifestaron que efectivamente, un sistema de planeamiento mejora visiblemente la rentabilidad de toda empresa, visto que sin ello no se podría programar o establecer el plan de compras en relación a la demanda proyectada, este planeamiento deberá ser tanto a corto como a largo plazo.

Actualmente las empresas utilizan software que permiten una mayor información sobre la situación y se convierte en una herramienta base para que el desarrollo de la programación de compras se realice de manera efectiva.

5) ¿De qué manera piensa usted que la optimización de los procesos logísticos favorecen la eficiencia de las empresas de servicios al sector minero?

A la pregunta planteada los entrevistados respondieron que la optimización de procesos debe estar alineada con el plan de la empresa de manera que al manejar las mejores prácticas logísticas se refleje en el funcionamiento de la empresa, reduciendo costos, reduciendo tiempos de entrega, mejorando la forma de administrar los bienes, optimizando la relación entre las áreas

involucradas, visto que a mayor optimización de recursos, mayor será la rentabilidad.

6) ¿De acuerdo a su experiencia considera usted importante la implementación de procedimientos de control interno dentro del proceso logístico?

Respecto a la pregunta planteada los entrevistados respondieron que efectivamente consideran importante la implementación de procedimientos de control interno dentro del proceso logístico, ya que son fundamentales para poder hacer un seguimiento del “como” se efectúan los procesos si es que estos son o no supervisados por los responsables, de esta manera la empresa se vuelve competitiva y quedaría a la vanguardia en comparación de otras empresas.

7) ¿De acuerdo a su criterio, considera usted que una adecuada negociación con los proveedores podrían mejorar la eficiencia del área logística de las empresas de servicios al sector minero?

Con relación a la pregunta planteada la mayoría de los entrevistados manifestó que definitivamente una adecuada negociación con los proveedores ayuda a mejorar la eficiencia del área logística, beneficio que se vería reflejado en la reducción de costos, optimización de tiempos de entrega, mayores ventajas competitivas, ampliar la cartera de proveedores dando la oportunidad de elegir la mejor opción con la mejor disponibilidad de los bienes y/o servicios que se contraten y que son necesarios para el óptimo desempeño de la obra, también da la oportunidad de negociar la mejor forma de financiamiento y entrega para la empresa.

8) ¿De qué manera piensa usted que la implementación de políticas de compra favorece la gestión del área logística de las empresas de servicios al sector minero?

Ante esta pregunta la mayoría de los entrevistados manifestó que efectivamente la implementación de políticas de compra favorece a la gestión logística, ya que promueve a mantener un orden y regula los procedimientos para la gestión de compra.

Otra parte de los entrevistados manifestó además que la implementación de políticas de compra son necesarias y benefician de manera integral a la empresa, sea cual sea su rubro, ya que involucra no solo el trabajo del día a día, sino que involucra al empresario, gerentes y trabajadores en la mejora continua, traduciéndose en un beneficio económico para todos.

9) ¿Considera usted que la planificación de las compras es un factor importante para reducir los costos en las compras que realizan las empresas de servicios al sector minero?

De acuerdo a la pregunta planteada, los entrevistados contestaron en su mayoría que definitivamente la planificación en las compras es un factor determinante para la reducción de los costos, debido a que la planificación como punto inicial del proceso es fundamental para la obtención de ventajas para la empresa, tales como evitar compras de último momento, sobre costos generados por las compras no presupuestadas o no planificadas, costos elevados por envíos de último momento, nos permitirá ahorro también en horas hombre, ya que al planificar desde el principio evitamos la puesta en marcha de un nuevo proceso de compra que involucra no solo al personal logístico – administrativo sino todo un movimiento de personal tanto en Lima como en la zona de Operación, al planificar también advertimos el costo en el que se deberá incurrir para la puesta en marcha de la obra, nos permite además optimizar la búsqueda de proveedores seleccionando las mejores opciones que ofrezcan no solo un menor costo por los bienes y/ servicios sino la forma de financiamiento más conveniente para la empresa, así como la disponibilidad de los productos en el momento que se requieran.

10) ¿Por qué considera usted importante la contratación de personal con experiencia en el campo para cubrir los distintos puestos del área de logística?

Ante la pregunta planteada, los entrevistados manifestaron que contratar personal capacitado y con experiencia en el rubro permite mejorar de forma rápida el proceso, asegurando el “know how” a favor de la empresa el cual se verá traducido en la mejora de las operaciones, los entrevistados comentan además que se debe poner la “valla” del conocimiento muy alto para que los

profesionales que integran el área de logística puedan responder y estar a la altura de cualquier situación, el material humano es clave para el éxito de las operaciones, así mismo, la capacitación continua al personal incrementa su valor y le brinda mayor experiencia en el rubro que maneja, por otro lado, si bien la experiencia y capacitación son necesarias e importantes, no siempre los profesionales adquieren la capacidad intelectual y moral para asumir puestos de confianza, muchas veces encontramos profesionales muy bien capacitados de manera administrativa pero no ofrecen el nivel requerido de manera operativa.

4.2 Encuesta

1. ¿En su empresa realizan un plan de trabajo para contemplar la programación de compras a fin de contribuir con la rentabilidad económica?

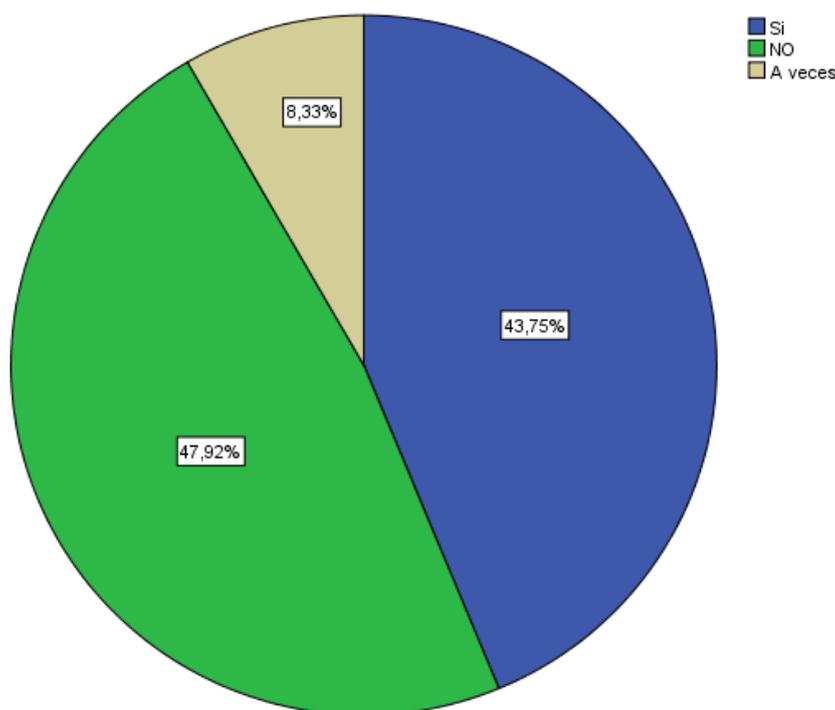


Gráfico Nº 1 Plan de trabajo

Apreciando el gráfico se tiene que el 43.75 % de los encuestados manifestó que en su empresa contemplan dentro del Plan de Trabajo la Programación de Compras; sin embargo, el 47.92 % negó que en su centro de trabajo se contemple la programación de compras, y el 8.33 % indica que a veces es contemplan el tema de programación de compras.

El gráfico refleja que aún existen instituciones que no consideran necesario contar dentro de su plan de trabajo, una estrategia de gestión logística en la que se contemple una programación de compras, lo cual representa una herramienta indispensable para el logro de los resultados y el análisis de costos y presupuestos. En toda organización es importante la proyección de los gastos y desembolsos a realizar y tener claro el porqué de su ejecución, esto indiscutiblemente es básico para el control interno y así asegurar el éxito financiero de las empresas.

Desde mi punto de vista es indispensable contar con un Plan de Trabajo, y mas aun considerar la programación de compras dentro del mismo, ya que de esta manera permitirá a la compañía tener un mejor control de los presupuestos asignados a cada área y de los gastos en los que incurrirá cada una de ellas, así también permitirá al área de logística organizar las compras y buscar las mejores condiciones y precios del mercado contribuyendo de esta manera con la rentabilidad financiera de la empresa.

b) ¿En el proceso de evaluación de proveedores, que criterios evalúa?

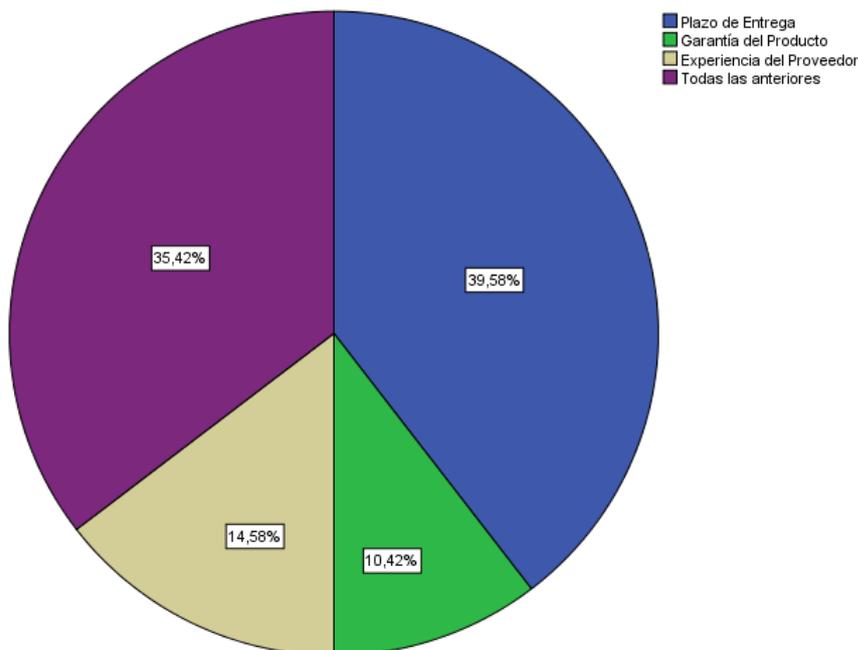


Gráfico Nº 2 Evaluación de proveedores

De acuerdo al gráfico observamos que el 35.42 % de las personas encuestadas indicó que todas las alternativas planteadas son indispensables para considerar en el proceso de evaluación de proveedores, mientras que un 39.58 % indicó que el plazo de entrega es el principal factor a considerar, por otro lado un 10.42 % indicó que la garantía del producto es el punto mas importante y finalmente el 14.58 % de los encuestados indicó que la experiencia del proveedor es un factor fundamental para tener en cuenta en la evaluación de proveedores.

Desde mi opinión, para una evaluación de proveedores es indispensable considerar el plazo de entrega del producto, ya que si bien un proveedor puede tener mucha experiencia en el mercado, esto no garantiza que pueda contar con el producto en el momento deseado y al precio mas bajo. Por otro lado la garantía de adquirir un producto en optimas condiciones lo determinamos de acuerdo a las condiciones que se le exija al proveedor, según los propios requerimientos y parámetros de calidad de la empresa, es por ello que al evaluar a dos o tres proveedores bajo los mismo parámetros, el plazo de entrega determina la capacidad de respuesta que tiene el proveedor para atender de forma inmediata

nuestros requerimientos.

c) **¿Considera que en su empresa realizan una eficiente gestión de compras de tal manera que tenga un impacto positivo en la rentabilidad económica de la empresa?**

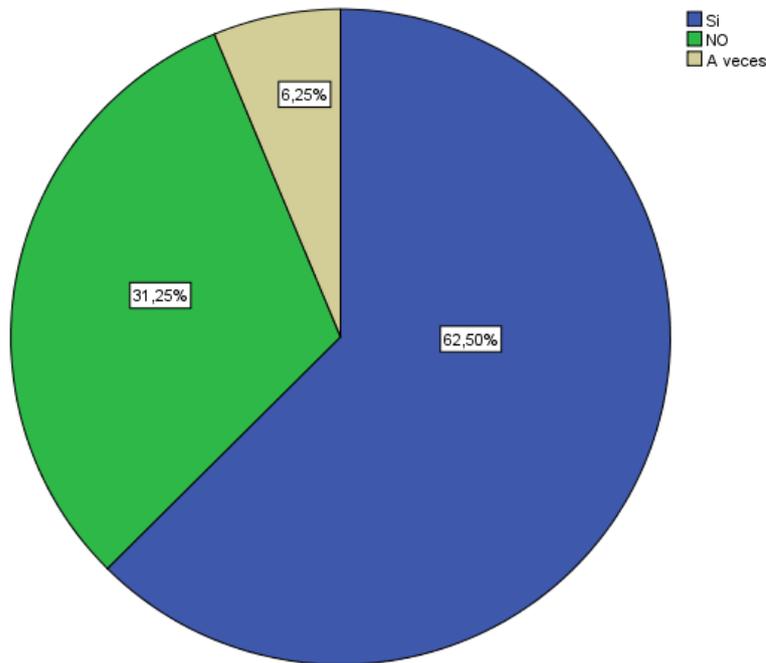


Gráfico Nº 3 Gestión de Compras

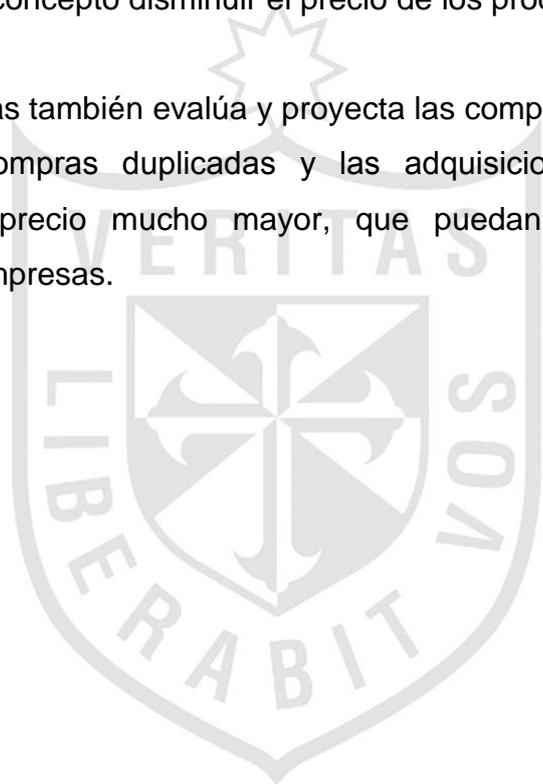
De acuerdo a las respuestas recaudadas indicamos que el 62.50 % de los encuestados manifestó que en su empresa si se lleva a cabo una eficiente gestión de compras, mientras que un 31.25 % indicó que no es así, y por último el 6.25 % indicó que a veces se realiza de manera eficiente la gestión de compras en su empresa y esto repercute positivamente en la rentabilidad económica.

Considerando que una eficiente gestión de compras y abastecimiento es clave para lograr precios competitivos, despachos oportunos, mejoras en el financiamiento de las adquisiciones y servicios, mejores condiciones de entrega, entre otros; consideramos que, en la actualidad y según los resultados obtenidos de esta encuesta, hay organizaciones que no dan prioridad al tema de las compras, solo tienen el enfoque de vender el servicio o producto sin detenerse a evaluar que, una eficiente gestión logística hará de la organización una

organización mucho más rentable ya que, al tener una mayor eficiencia en el área de compras, esta se verá reflejada en la utilidad que se obtenga al final de la operación.

En mi opinión, una eficiente gestión de compras impacta positivamente en la rentabilidad económica de las empresas ya que la gestión de compras garantiza que las adquisiciones se realicen de forma oportuna y al mejor precio del mercado, considerando los plazos de entrega, analizando también la continuidad de los pedidos para establecer compras mensuales que puedan significar volumen y bajo este concepto disminuir el precio de los productos.

La gestión de compras también evalúa y proyecta las compras de tal forma que se pueda evitar las compras duplicadas y las adquisiciones de “emergencia” incurriendo en un precio mucho mayor, que puedan poner en riesgo la rentabilidad de las empresas.



d) ¿Considera que en su empresa existe un adecuado planeamiento de compras que ayude a mejorar la utilidad financiera de la empresa?

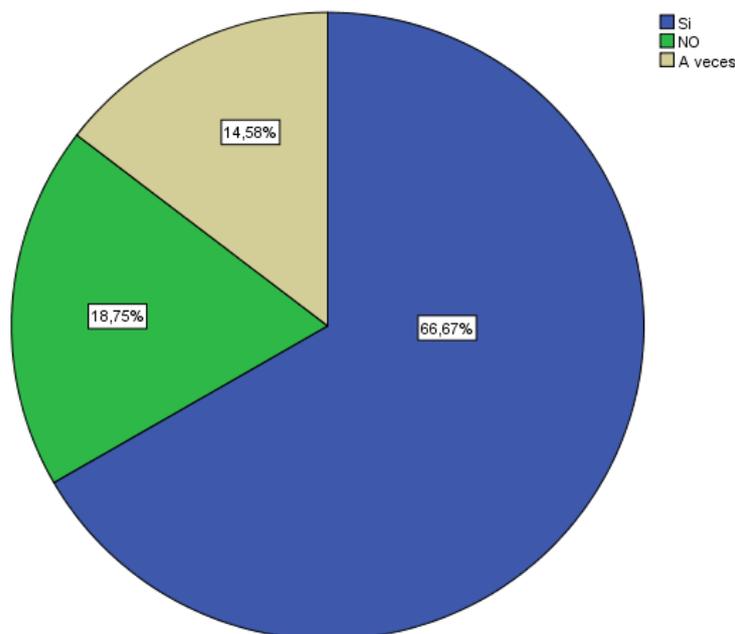


Gráfico N° 4 Planeamiento de Compras

Según el resultado obtenido en las encuestas realizadas, se ha obtenido que un 66.67 % de las personas encuestadas manifestó que en su empresa si existe un adecuado planeamiento en las compras y de esta manera mejorar la utilidad financiera, por otro lado un 18.75% de los encuestados indico que en su empresa no se da el caso, y un 14.58 % manifestó que solo a veces consideran en su empresa un adecuado planeamiento de las compras.

En el caso de algunas empresas, aun no consideran que sea una medida necesaria el contar con un adecuado planeamiento de compras, lo que los lleva a ejecutar compras no programadas y por ende no presupuestadas, compras de emergencia por no contar con un programa de planificación preventivo que asegure el flujo de abastecimiento, esto lógicamente incrementa el precio servicio o del bien que se adquiera, necesario para la puesta en marcha de la operación u obra, muchas veces esto implica que la ser una compra de “emergencia”, se tienda a adquirir el producto a un costo mucho mayor, asumir costos de flete, y otros servicios que se podrían evitar si la empresa contemplara dentro de sus

políticas el tener un adecuado planeamiento de compras, que le permita afrontar situaciones de emergencia sin afectar la utilidad de la empresa.

Considero de manera personal que el planeamiento de las compras mejora la utilidad financiera, dado que al planear se están eligiendo acciones a tomar para posicionar a la empresa en un sitio adecuado, asegurándonos que dichas acciones que se eligen sean las mejores. Con la planeación de las compras podemos analizar los efectos de cambios en los costos, precios y volúmenes y sus efectos en la utilidad de la empresa, con ello otorgamos una base de datos que servirá de apoyo para las gestiones de los ejercicios futuros.

e) ¿Considera usted que en su empresa realizan revisiones de los procesos internos del área de logística con el fin de incrementar la eficiencia?

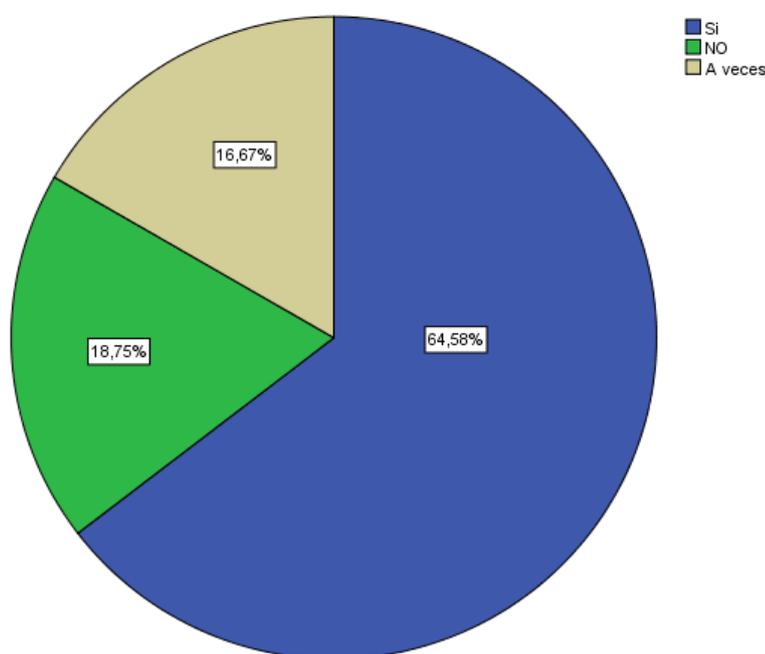


Gráfico Nº 5 Revisión de los procesos internos

Analizando el gráfico tenemos que el 64.58% está de acuerdo con que en su empresa si aplican la revisión de los procesos internos del área logística con el fin de incrementar la eficiencia, el 18.75% negó que en sus empresas no se realizan revisiones a los procesos internos de logística, mientras que el 16.67% indicó que

solo a veces.

Una parte fundamental en todas las organizaciones es la revisión de los procesos internos, con el fin de detectar falencias y buscar mejoras en los procesos a fin de conseguir satisfactoriamente los objetivos trazados por la organización. Según los resultados de esta encuesta, para algunas organizaciones todavía no es relevante el tema de la revisión de los procesos internos, lo que podría generar falta de información real y precisa para la toma de decisiones, ya que no se tendría información actualizada del “como” se llevan los procesos y procedimientos dentro de la organización, esta falta de información podría afectar la eficiencia en la gestión.

De mi consideración pienso que la mayor parte de las empresas afectan su eficiencia y rentabilidad, por falta de revisión a sus procesos internos, perdiendo así la oportunidad de maximizar los resultados financieros, debiendo identificar en sus análisis, oportunidades de implementar mejoras en los procesos, con el propósito evitar el mal uso de recursos y detectar ahorros reales. Un sistema de control interno sólido y eficiente permite a las organizaciones estar en constante monitoreo de sus procesos, de sus riesgos del negocio y del entorno, aspecto que fortalece y contribuye a madurar los procesos, afianzar las políticas internas y consecuentemente a mejorar sus resultados financieros, indudablemente.

El área de logística es la puerta de entrada de los costos, gastos, inversión en activos, entre otros, originados en las negociaciones que se realicen con los proveedores y contratistas, en muchos casos se ha identificado sobrecostos por la falta de habilidades y competencias de los empleados de esta área, la ausencia de políticas de compras, estrategias inadecuadas en la negociación de contratos de suministros y/o servicios para demandas constantes y de largo plazo, la informalidad de las negociaciones y hasta conflictos de intereses que desencadenan en fraudes a las organizaciones. Todo esto afecta directamente la rentabilidad y eficiencia de las empresas y se puede detectar a tiempo, con un adecuado programa de diagnóstico y revisión de procesos internos.

f) ¿Cree usted que en su empresa implementan adecuadamente las políticas de compra y con ello reducir el riesgo económico?

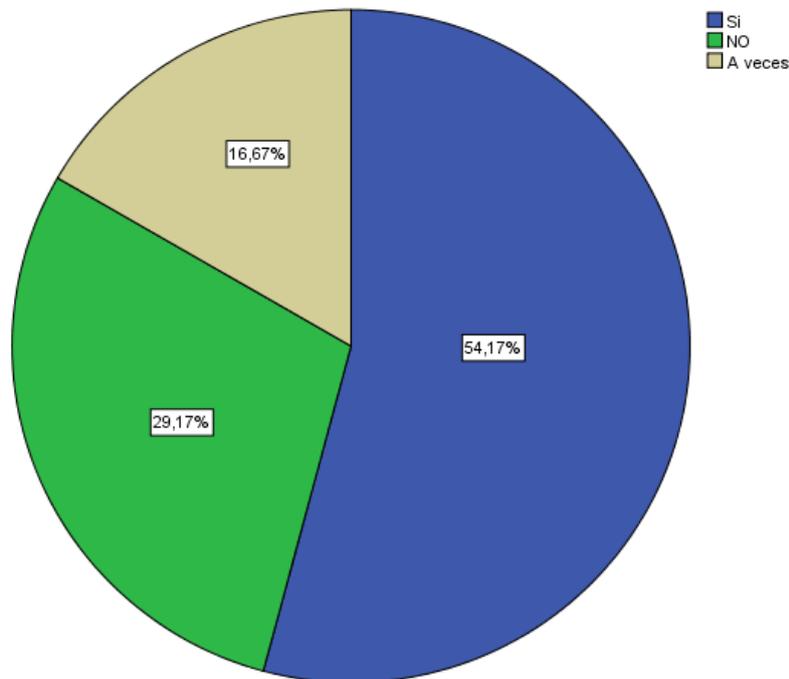


Gráfico N° 6 Implementación de adecuadas políticas de compra

Apreciando el gráfico se tiene que el 54.17% de los encuestados manifestó en su institución si se implementa políticas de compra a fin de reducir el riesgo económico, mientras que el 29.17% manifestó que no sucede, finalmente 16.67% indicó que solo a veces se cumple la implementación de políticas de compra.

Para algunas empresas la aplicación de políticas de compra dentro de la gestión logística aun no es considerada una herramienta de gestión que ayude a lograr los objetivos de la empresa, por ello, es probable que dentro de su sistema aun reflejen sobre costos en algunas compras, duplicidad en las compras, compra de artículos no necesarios y hasta compras con documentación incompleta o pendiente de regularizar.

Sobre la pregunta planteada considero que si se debe implementar políticas de compra a fin de reducir el riesgo económico de las empresas, ya que al establecer políticas para las compras establecemos parámetros para la toma de decisiones,

las políticas sirven como guía para ello, lo que nos permite visualizar el futuro económico deseado y la utilización de los medios efectivos para conseguirlo.

g) ¿Piensa usted que uno de los factores importantes para lograr la eficiencia es la mejora continua en los procesos del área de logística de su empresa?

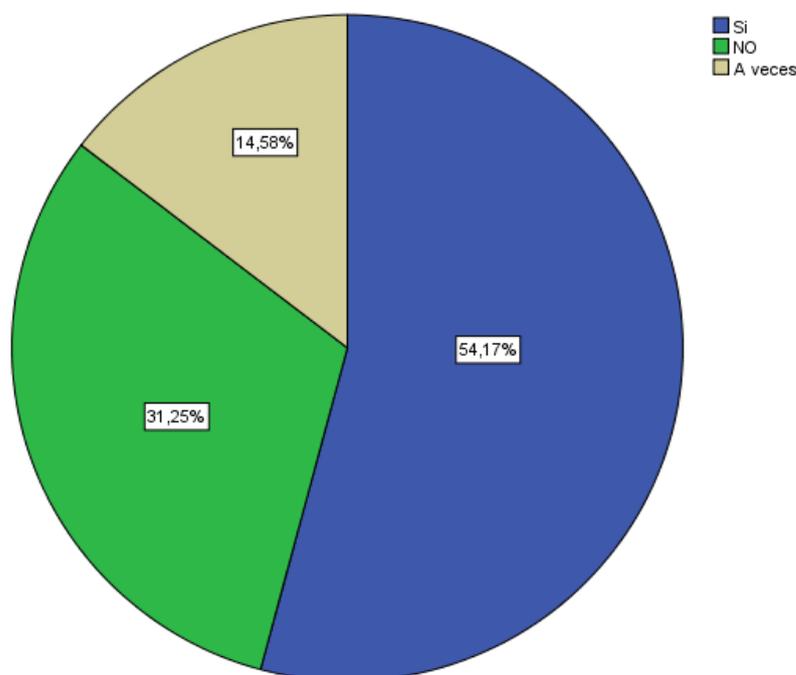


Gráfico Nº 7 La Mejora Continua

Observando el gráfico tenemos que el 54.17% de las personas encuestadas respondieron que la mejora continua en los procesos es un factor importante para lograr la eficiencia en las empresas, por otra parte el 31.25% no está de acuerdo, y un 14.58% considera que a veces es necesaria la mejora continua para lograr la eficiencia.

Dada la respuesta de los entrevistados, deducimos que algunas organizaciones no consideran la implementación de un sistema de mejora continua que les permita evaluar su gestión actual y propiamente mejorarla para conseguir el éxito deseado, esto genera que la empresa se estanque en un sistema de procesos obsoleto, que no siempre se adecua al giro o a la necesidad de la empresa. Esto

limita a los miembros directivos a contar con información útil para la toma de decisiones en bien de la organización.

En mi opinión, el mejoramiento continuo más que un enfoque o concepto es una estrategia, y como tal constituye una serie de programas generales de acción y despliegue de recursos para lograr objetivos concretos, pues el proceso debe ser progresivo, y en la medida que este se desarrolle se vera reflejado en mejores resultados, afianzando la eficiencia de la compañía.

La mejora continua se puede aplicar a cualquier tipo de compañía, independientemente del ámbito industrial en el que esta desarrolle su negocio, lo importante es analizar factores clave como eficiencia y productividad, que se nutren principalmente del uso intensivo de Tecnologías de la Información, las políticas en los procesos y la planificación, simplificando y automatizando procesos.

h) ¿Considera que en su empresa se exige establecer políticas de planificación de compras con el fin de incrementar la rentabilidad?

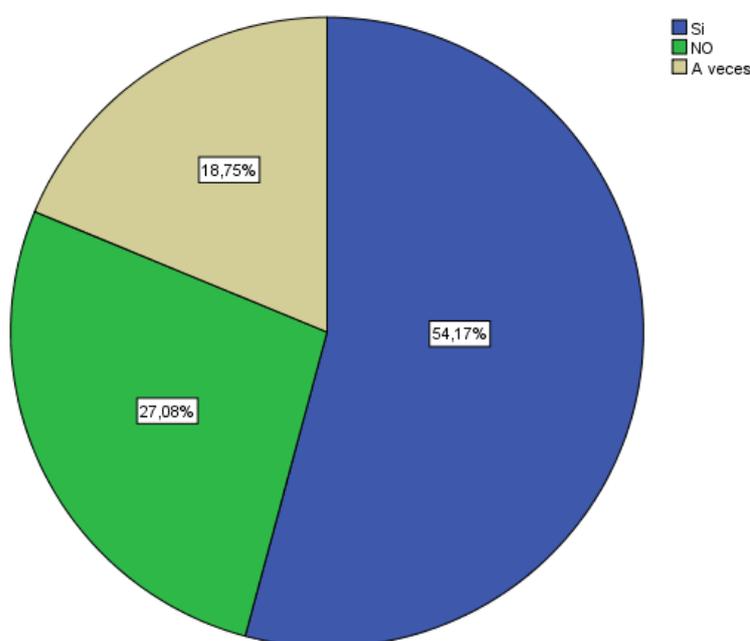


Gráfico Nº 8 Políticas de planificación de compras

De acuerdo al gráfico observamos que el 54.17% de las personas encuestadas indicó que en su empresa si existe una adecuada gestión logística la cual exige establecer políticas de planificación de compras para incrementar la rentabilidad económica, por otro lado el 27.08% manifestó que no es así y finalmente un 18.75% indicó que a veces en sus empresas consideran establecer políticas de planificación de compras para garantizar una adecuada gestión logística y con ello incrementar la rentabilidad.

En tal sentido, observamos que existen empresas que no consideran viable la aplicación de políticas de planificación de compras, obteniendo como resultado desorden dentro de la organización y sus procesos de adquisición, generando un impacto negativo en la rentabilidad de la empresa.

En mi opinión, una adecuada política de planificación en las compras se traducirá en numerosos beneficios para la organización, optimizando los métodos de compra y mejorando los resultados en términos de eficiencia, eficacia y transparencia, la gestión de compras se apoya en una idea muy concreta: en ella deben confluir tanto el objetivo de rentabilidad como el de calidad en el servicio, para evitar las faltas de productos ante las demandas de los usuarios.

La gestión de las compras requiere una disciplina de trabajo, y sobre todo planificar, de esta manera podremos obtener precios mas competitivos y mejores condiciones comerciales, menor costo administrativo ya que al agregar demanda se realizan menos procesos de compra, es decir, reducimos costos en papeleo por elaboración de órdenes de compra y reducimos horas hombre utilizadas a realizar coordinaciones telefónicas, cotizaciones, entre otros.

i) ¿Cree usted que en su empresa revisan periódicamente las políticas de compra con la finalidad de garantizar la rentabilidad?

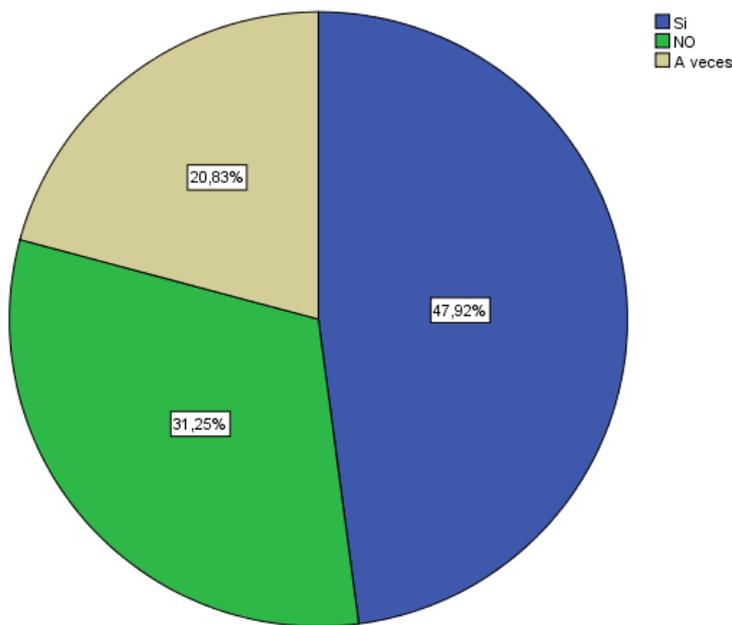


Gráfico Nº 9 Revisión Periódica de las Políticas de compra

Observando el gráfico se tiene que el 47.92% de las personas encuestadas manifestó que en sus empresas si consideran la revisión periódica de las políticas de compra del área logística a fin de garantizar la rentabilidad económica de las empresas, el 31.25% manifestó que no es necesario, mientras que un 20.83% manifestó que solo a veces se considera la revisión periódica de las políticas de compra.

Actualmente existen algunas empresas que consideran que la revisión periódica de las políticas de compra no representa un factor importante para garantizar la rentabilidad de la organización, a esto atribuimos que estas empresas no toman en cuenta que el medio en que vive la empresa cambia constantemente, estos cambios afectan a los objetivos, y por lo tanto a las políticas de compra que la empresa considero inicialmente para alcanzar estos objetivos. La revisión periódica de las políticas de compra permitirá a la organización mantener vigentes aquellas políticas que son necesarias y eliminar aquellas que son obsoletas.

También es conveniente tratar de medir, hasta donde sea posible, las consecuencias que puede traer una determinada política, no sólo desde el punto de vista de la reacción de las personas a las cuales dicha política compromete,

sino también de su relación con otras políticas, para evitar contradicciones entre ellas

En mi opinión, estoy de acuerdo con la revisión periódica de las políticas de compra para así garantizar la rentabilidad económica de las empresas, ya que son una serie de pasos estructurados y estudiados que tienen que tener las empresas para afrontar las compras, tener políticas en compras es una de las claves para que una empresa tenga un rendimiento óptimo y pueda generar beneficios, ya que agilizará procesos y gestiones, reducirá costos, aumentará la calidad de los productos o servicios adquiridos y dará una imagen de seriedad y eficacia ante proveedores y clientes. Por ello, y como parte de la mejora continua considero importante la revisión periódica de las políticas de compra.

j) ¿Considera que optimizar los costos en la gestión de compras impactará de manera positiva en la rentabilidad financiera de su empresa?

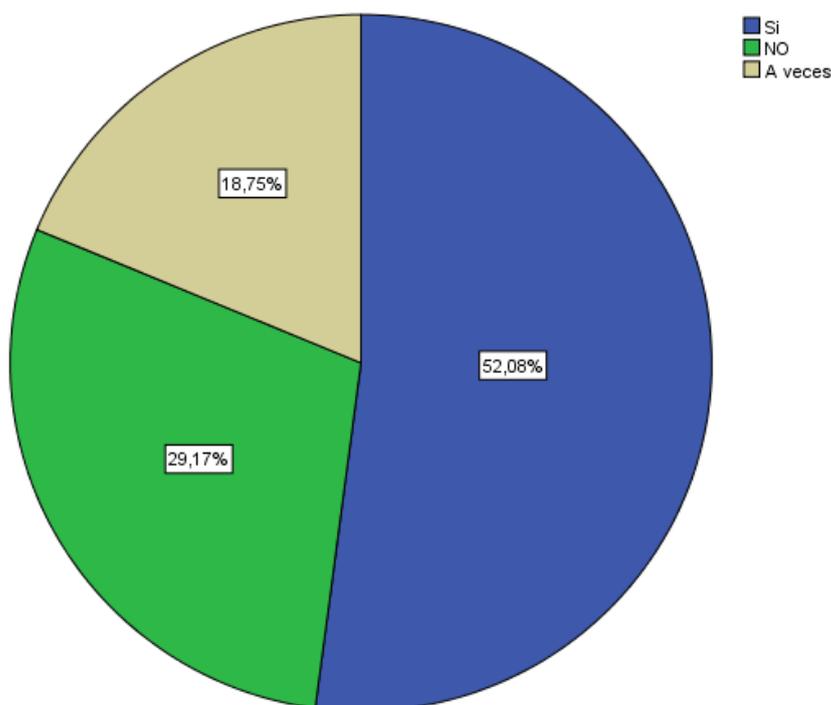


Gráfico Nº 10 Optimización de costos

Apreciando la figura tenemos que un 52.08% ratifica su conformidad con el concepto de optimizar los costos en la gestión de compra y el impacto positivo que esto conllevaría en la rentabilidad financiera de su empresa, por otro lado tenemos que un 29.17% no está de acuerdo y finalmente un 18.75% manifestó que a veces es importante optimizar los costos en la gestión de compras para obtener un impacto positivo en la rentabilidad financiera de su empresa.

Hoy en día, muchas empresas consideran que cuanto más vendemos o cuanto más ingresamos, ¿mayores son los beneficios? Obviamente, la fórmula no es tan simple. En la cuenta de resultados repercute directamente la base de todo el proceso: el momento de la compra, maquinaria, suministros, limpieza, transporte, seguridad, obras y, por supuesto, en todos esos gastos derivados de las labores administrativas. En la situación actual muchas personas, en lo que respecta al proceso de compras, no se percatan de lo importante que es ahorrar; es decir, es importante vender, pero también lo es, y mucho, comprar bien, porque, proporcionalmente, tiene mucho más efecto en la cuenta de resultados

En mi apreciación, considero que efectivamente si optimizamos los costos en la gestión de compras tendremos un impacto positivo en la rentabilidad financiera de la empresa, esto sin duda, lo lograremos haciendo más eficaces las actividades de planificación y gestión en la prestación de los servicios, evitando la escasez de los productos, reduciendo al mínimo los costos de transporte, evitando en la medida de lo posible los cambios y/o urgencias en los pedidos y realizando un seguimiento analítico de los productos y servicios brindados.

Como sabemos, la misión fundamental de la logística es colocar los productos adecuados (bienes y servicios) en el lugar adecuado, en el momento preciso y en las condiciones deseadas, contribuyendo lo máximo posible a la rentabilidad, teniendo como objetivo la satisfacción de la demanda en las mejores condiciones de servicio, costo y calidad. Se encarga de la gestión de los medios necesarios para alcanzar este objetivo y moviliza tanto los recursos humanos como los financieros que sean adecuados, es por ello que garantizar la calidad de servicio, es decir la conformidad con los requisitos de los clientes, da una ventaja

competitiva a la empresa pero hacerlo a coste menor permite mejorar el margen de beneficio de la empresa.

k) **¿Piensa usted que en su empresa consideran que la capacitación al personal de logística incide favorablemente en la rentabilidad?**

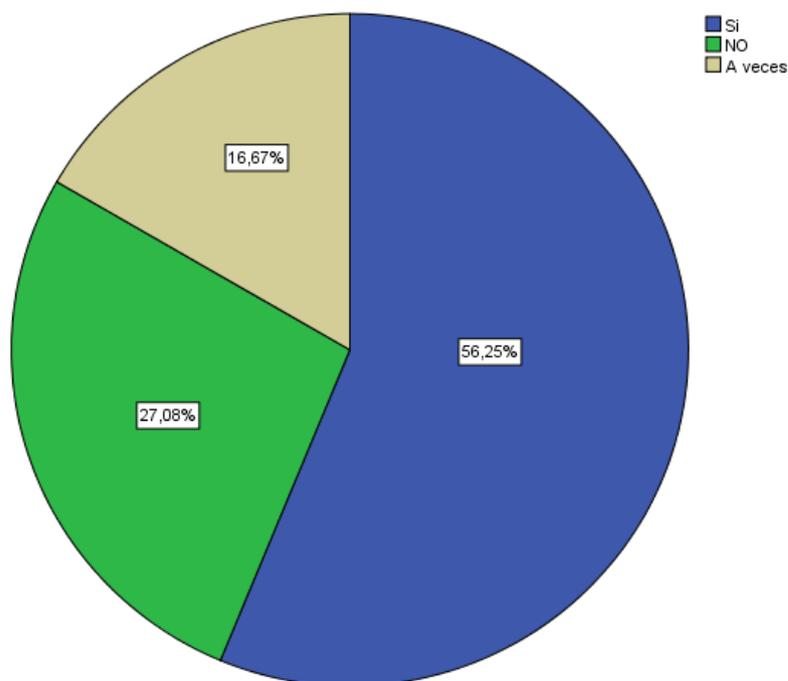


Gráfico Nº 11 Capacitación al personal

Visualizando el gráfico observamos que del total de las personas encuestadas un 56.25% manifestó estar de acuerdo con que en su empresa si se considera la capacitación del personal del área logística lo que incide de manera favorable en la rentabilidad, por otro lado tenemos que el 27.08% indica que en su empresa no se capacita al personal de logística y finalmente el 16.67% indicó que solo a veces se considera la capacitación del personal.

De acuerdo a los resultados de esta encuesta observamos que algunas organizaciones no consideran importante capacitar a su personal, sin tomar en cuenta que la capacitación representa una ventaja competitiva para su

organización, ya que es necesario innovar, estar al día, porque nuestro entorno cambia constantemente y es difícil utilizar siempre la misma fórmula para garantizar el éxito.

Nos atrevemos a decir que, el personal que no recibe capacitaciones constantes o periódicas de parte de su empresa, no se siente identificado con la organización, no está motivado. Con las capacitaciones la empresa lograra definir mejor de qué forma impacta al desempeño de un individuo, equipo de trabajo y la empresa en general, a la par de establecer un compromiso con el empleado para aplicar los nuevos conocimientos.

Indudablemente considero que la capacitación al personal influye de manera favorable en la rentabilidad de las empresas, ya que es una estrategia empresarial importante que debe acompañar a los demás esfuerzos de cambio que las organizaciones lleven adelante.

La capacitación ha demostrado ser un medio muy eficaz para hacer productivas a las personas, debido a que genera una mayor identificación con la cultura organizacional y objetivos de la empresa, promueve la creatividad, innovación y disposición para el trabajo, conduce a rentabilidad más alta y a actitudes más positivas. Mediante esta estrategia los colaboradores aprenden cosas nuevas, crecen individualmente, coordinan el trabajo a realizar, se ponen de acuerdo para introducir mejoras, etc., en otras palabras le conviene tanto al colaborador como a la empresa, ya que los colaboradores satisfacen sus propias necesidades y por otra parte ayudan a las organizaciones alcanzar sus metas.

I) **¿Considera usted que en su empresa contratan personal altamente calificado para desempeñarse en el área de logística y que, con ello se pueda reducir el riesgo financiero?**

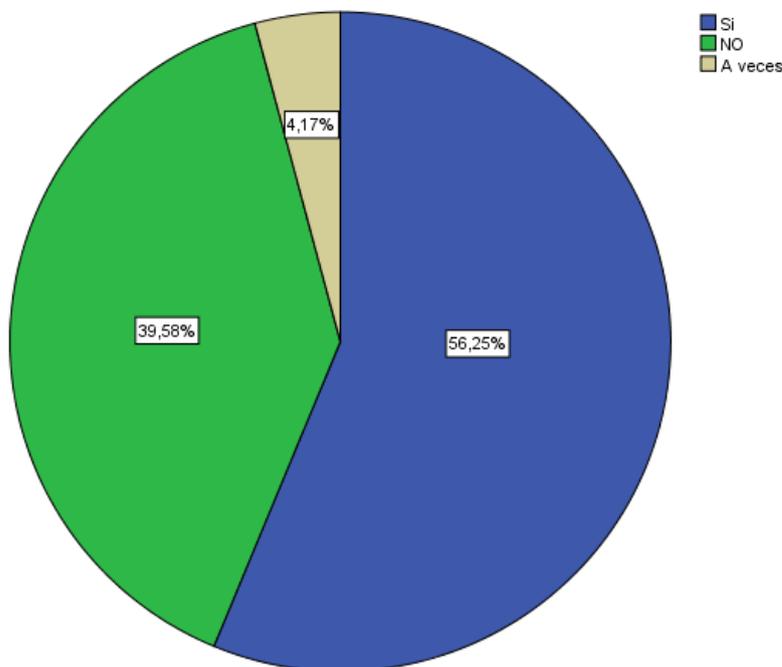


Gráfico Nº 12 Contratación de personal calificado

De acuerdo a la figura tenemos que el 4.17% manifestó que en sus empresas solo a veces consideran que la contratación de personal calificado reduce el riesgo financiero de las empresas, el 39.58% considera que en sus empresas no contratan personal calificado, mientras que un 56.25% confirma que en si cumplen con la contratación de personal calificado para reducir el riesgo financiero en las empresas.

Hoy en día, la contratación ya no es solo una cuestión de publicar un anuncio y esperar a que los candidatos se presenten, actualmente es necesario utilizar diferentes canales para contratar a la gente adecuada. Los empleados son un factor primordial para la rentabilidad y el crecimiento de las organizaciones y, si estas pueden contratar las personas con las competencias adecuadas, tendrán la seguridad sobre el conocimiento y la experiencia que necesitan y así podrán distinguirse de otras organizaciones en el mercado.

Es por ello que considero que la contratación de personal calificado para el área de logística reduce el riesgo financiero de las empresas.

m) **¿Considera usted que en su empresa cuentan con un adecuado sistema de control de transporte y distribución, lo cual genere un impacto positivo en la rentabilidad?**

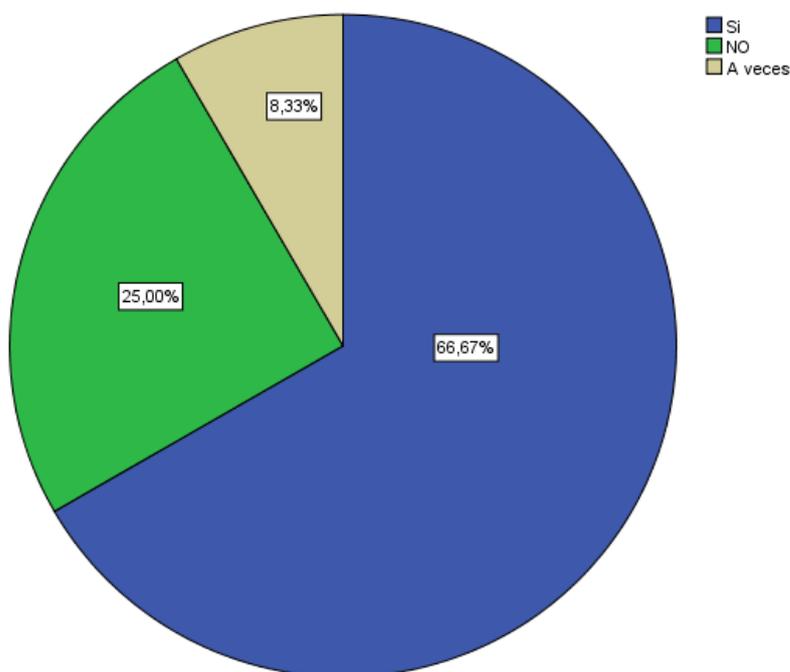


Gráfico N° 13 Sistema de control en el transporte y distribución

De acuerdo a la figura tenemos que el 66.67% de las personas encuestadas indicó que en su empresa cuentan con un adecuado sistema de control en el transporte y distribución, lo que impacta positivamente en la rentabilidad, mientras que el 25.00% manifestó que no está se aplica esta política en su empresa, por otro lado el 8.33% indicó que solo a veces cuentan en su empresa con un adecuado sistema de transporte y distribución a fin de obtener un impacto positivo en la rentabilidad.

Definitivamente el control en el transporte y distribución es un factor importante a considerar si queremos conseguir un impacto positivo en la rentabilidad de la empresa, ya que los costos de transporte varían según las regiones y los

productos. Son varios los factores que determinan los diferentes costos de transporte, uno de ellos son las características geográficas.

n) **¿Cree usted que una adecuada gestión de transporte y distribución podría disminuir el riesgo financiero en su empresa?**

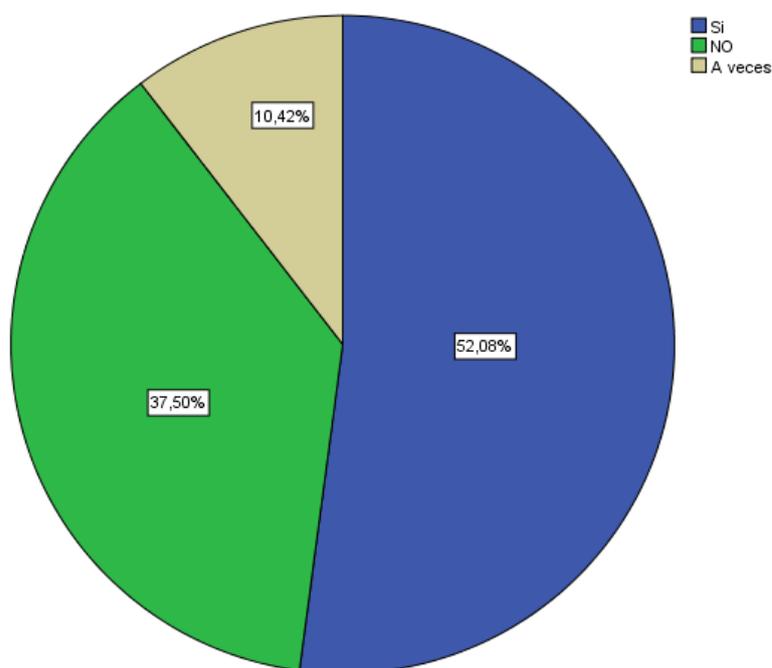


Gráfico N° 14 Gestión de transporte y distribución

Siguiendo el gráfico observamos que el 52.08% de los encuestados indicó que en su empresa consideran que para disminuir el riesgo financiero es importante una adecuada gestión de transporte y distribución, también tenemos un 37.50% que indica que su empresa no está de acuerdo y por último el 10.42% quienes manifestaron que a veces su empresa realiza una adecuada gestión de transporte y distribución que ayude a disminuir el riesgo financiero.

o) **¿Considera usted que en su empresa cuentan con una adecuada definición de stocks mínimos él y máximos mediante indicadores en el sistema de administración de almacenes, el cual pueda favorecer la**

rentabilidad financiera?

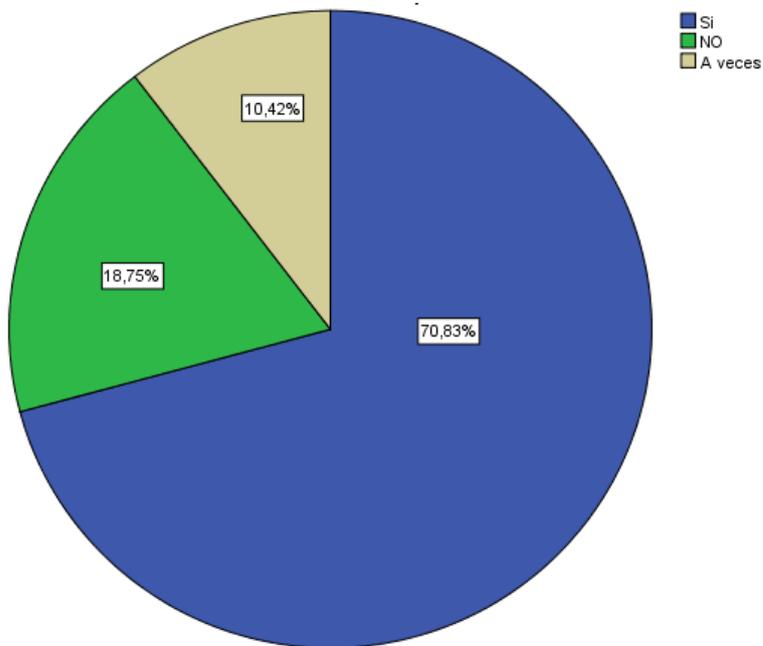


Gráfico Nº 15 Definición de stocks mínimos y máximos

Observando el gráfico tenemos que el 70.83% de las personas encuestadas se indica que en su empresa si se considera la definición de los stocks mínimos y máximos mediante indicadores para favorecer la rentabilidad financiera, por otro lado el 18.75% de los encuestados indica que en su empresa no se considera que la definición de stocks favorezca en la rentabilidad financiera, mientras que el 10.42% indicó que a veces puede favorecer.

Como sabemos un stock máximo se refiere a la mayor cantidad de existencias que se pueden mantener en el almacén en función de los costos que deben soportarse. En general a las empresas le interesa mantener grandes cantidades de inventarios cuando los costos de almacén son bajos, cuando se obtienen importantes descuentos por volumen, cuando se espera un incremento de la demanda del producto vendido o fabricado o cuando existe la posibilidad de alza de precios en los productos.

Por otro lado un stock mínimos o de seguridad, se refiere a la menor cantidad de existencias que se pueden mantener en el almacén para que no se produzcan

rupturas de stock. Conviene mantener inventarios bajos principalmente cuando los costos de almacenamientos son elevados o cuando existe una demanda estable de los productos.

El pedido de los usuarios se debe realizar para reaprovisionar el almacén. Cuando se realiza el pedido debe tenerse en cuenta el tiempo que el proveedor tardara en entregarlo (plazo de aprovisionamiento), para no quedar debajo del stock de Seguridad.

Ahora que ya hemos definido básicamente los tipos de stocks que existen y que son necesarios conocer, debemos decir que lo más importante es tener una óptima política de gestión de stocks (clara, precisa, con un estudio de niveles óptimo de stocks y determinada por procedimientos), para así lograr planificar, organizar y controlar dicho stock de una forma eficiente, con un flujo continuo y constante por parte de la empresa para satisfacer los requerimientos de los clientes, que es en definitiva nuestra labor.

Por ello considero que definir stocks mínimos y máximos dentro de la gestión de almacenamiento si favorece a la rentabilidad financiera de la empresa ya que de esta manera podemos monitorear y controlar el movimiento de aquellos productos que son necesarios y/o indispensables para el funcionamiento de algún equipo o para la obra misma, de esta manera evitamos incurrir en sobre costos de compra y envíos.

p) ¿Considera usted que la gestión de almacenamiento y distribución incide significativamente en la rentabilidad financiera de su empresa?

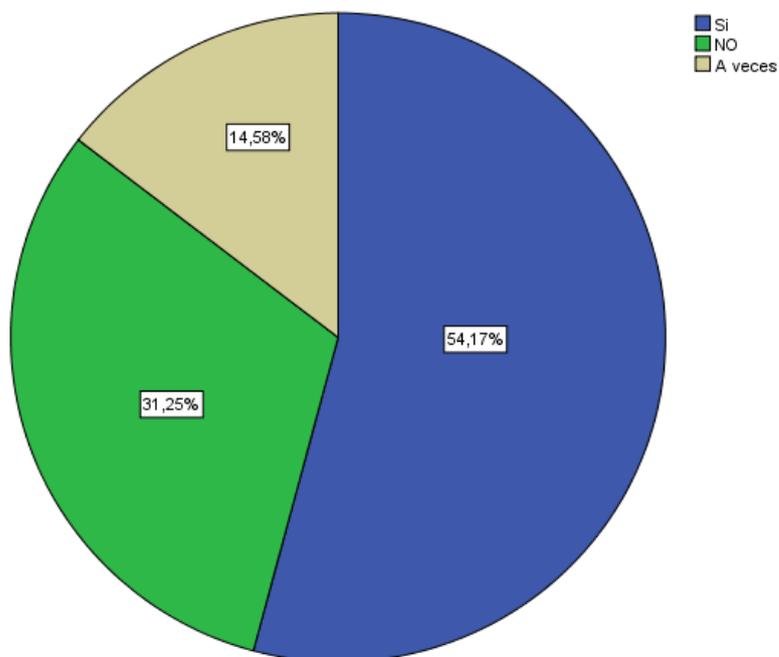


Gráfico N° 16 Gestión de almacenamiento y distribución

Del total de las personas encuestadas, el 54.17% manifestó que la gestión de almacenamiento y distribución incide significativamente en la rentabilidad financiera de sus empresas, un 31.25% considera que no tiene incidencia significativa y por último, otro 14.58% manifestó que solo a veces la gestión de almacenamiento y distribución puede tener incidencia significativa en la rentabilidad financiera de sus empresas.

Considero que efectivamente, la gestión de almacenamiento y distribución incide significativamente en la rentabilidad financiera de las empresas, debido a que es el en área de almacén y distribución quien se encarga de informar sobre los stocks al área de compras para que esta pueda programar con la debida antelación las compras, sin llegar a que los usuarios al solicitar la reposición de un producto y este no se encuentre en almacén tengan que solicitarlo a logística como compra muy urgente, lo cual generara sobre costo la compra y pago de fletes elevados por envío si fuera el caso.

q) ¿Cree usted que dentro de la gestión de almacenamiento y distribución

de su empresa se consideran los productos de baja rotación pero indispensables para la puesta en marcha de la operación a fin de reducir el riesgo económico?

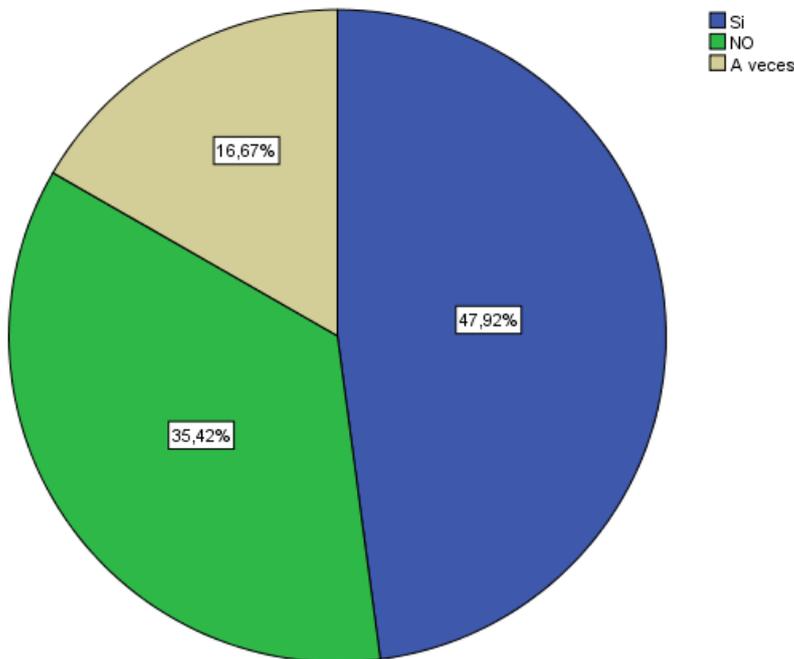


Gráfico N° 17 Productos de baja rotación pero indispensables para la puesta en marcha de la operación

De acuerdo al gráfico observamos que un 47.92% considera que en su empresa si consideran los productos de baja rotación pero que a su vez son indispensables para la puesta en marcha de las operaciones, con el fin de disminuir el riesgo económico, por otro lado el 35.42% indica que en su empresa no se considera la pregunta planteada, mientras que el 16.67% de los encuestados no opina.

Considero que es necesario considerar aquellos productos que pudieran tener baja rotación en almacén pero que representan la vital importancia para el funcionamiento y puesta en marcha de las operaciones, como por ejemplo repuestos de los equipos que brindan soporte directo a la operación, tal es el caso de un generador eléctrico, por ejemplo, al cual se le puede programar mantenimiento periódico, ya sea preventivo y/o correctivo pero que debido al uso diario, al desgaste o a una mala manipulación puede llegar a estropear alguna de sus piezas importantes para su funcionamiento, lo que perjudica directamente a la

obra ya que puede paralizar todo y llegaríamos al punto de comprar con sobre costo dicho repuesto, y perder dinero debido a la par en la operación.

r) **¿Considera usted que la satisfacción del cliente en la prestación del servicio incide en la reducción del riesgo económico de su empresa?**

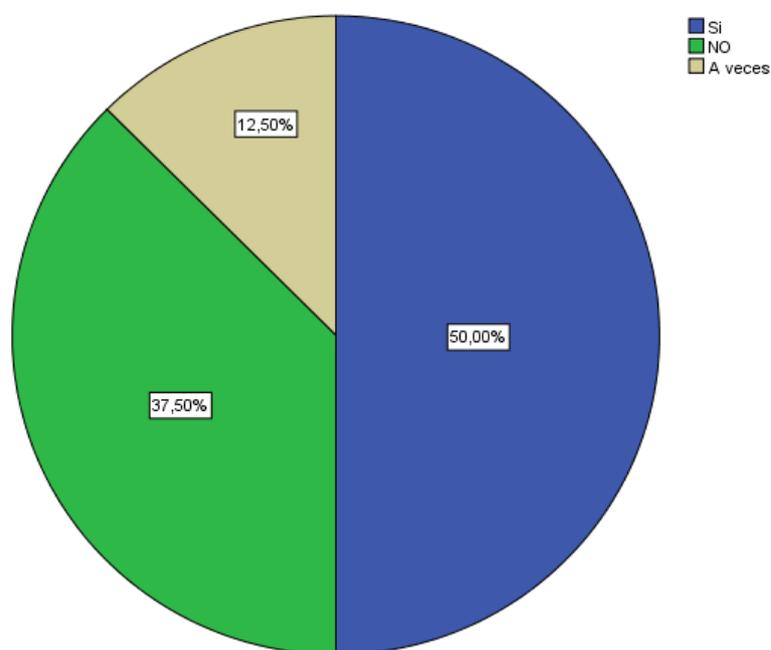


Gráfico Nº 18 Satisfacción del cliente

De acuerdo al gráfico observamos que el 50.00% de la población encuestada manifestó que la satisfacción del cliente en la prestación del servicio incide en la reducción del riesgo económico de las empresas, el 37.50% considera que no incide en nada la satisfacción del cliente con la reducción del riesgo económico y por último el 12.50% no opina.

Sobre la pregunta planteada considero que dentro de la prestación de servicio, la satisfacción al cliente incide en la reducción del riesgo económico, debido a que un cliente satisfecho implica que hemos logrado una optima gestión, desde la compra y puesta en marcha del producto o servicio hasta su destino final.

Si brindamos a nuestro cliente un bien o servicio que no satisface sus expectativas o que no es lo que hemos ofrecido inicialmente, el cliente

insatisfecho podrá optar por la devolución o no pago del servicio o bien brindado, esto ocasionándonos que los gastos incurridos para la atención a este cliente haya sido en vano.

En la actualidad las empresas no pueden sobrevivir por simple hecho de realizar un buen trabajo o crear un buen producto, sólo una excelente labor de interacción con los consumidores permite tener éxito en los mercados globales, cada vez más competitivos. Considero que la clave para una operación rentable de la Empresa es el conocimiento de las necesidades de sus clientes y el nivel de satisfacción alcanzado por ellos al consumir el producto o servicio ofrecido.

s) ¿Considera usted que en su empresa deben implementarse políticas de atención al cliente a fin de reducir el riesgo económico?

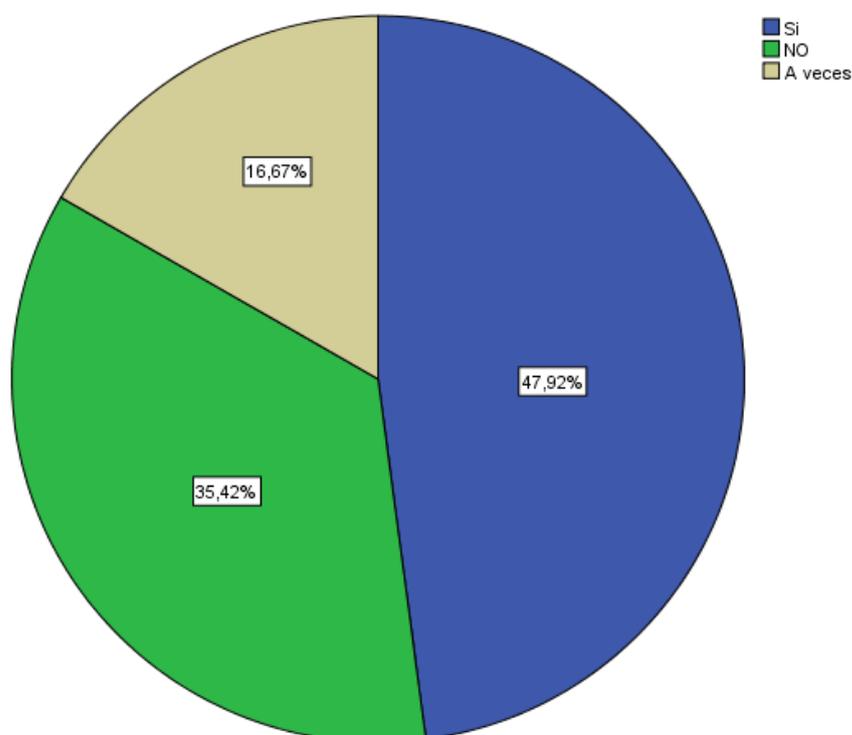


Gráfico Nº 19 Políticas de atención al cliente

Según el gráfico observamos que el 47.92% de los encuestados considera que si debe implantarse políticas de atención al cliente dentro de su empresa a fin de reducir el riesgo económico, por otro lado el 35.42% indicó que no es necesario

contar con políticas de atención al cliente para reducir el riesgo económico en sus empresas, mientras que un 16.67% de los encuestados no opina al respecto.

En lo personal considero que, al implantar políticas de atención al cliente estamos generando parámetros y pautas para que nuestra gestión mejore sus posibilidades de éxito, ya que en la actualidad las empresas dan más interés en la administración de cómo debemos dirigir, administrar los recursos económicos, humanos y materiales; dejando inadvertido el servicio al cliente y que cada día nos preocupamos en crecer pero no tomamos importancia de cómo nuestra competencia está creciendo y que esta incrementando sus carteras de clientes; debido al buen servicio y atención que brinda; para determinar cuáles servicios son los que el cliente demanda se deben realizar encuestas periódicas que permitan identificar los posibles servicios a ofrecer y ver que estrategias y técnicas utilizaremos, de esta manera aseguramos la reducción de cualquier riesgo financiero al que nos podríamos ver expuestos.

t) **¿Considera usted que la existencia de una cultura de servicio al cliente impactaría favorablemente en la rentabilidad financiera de su empresa?**

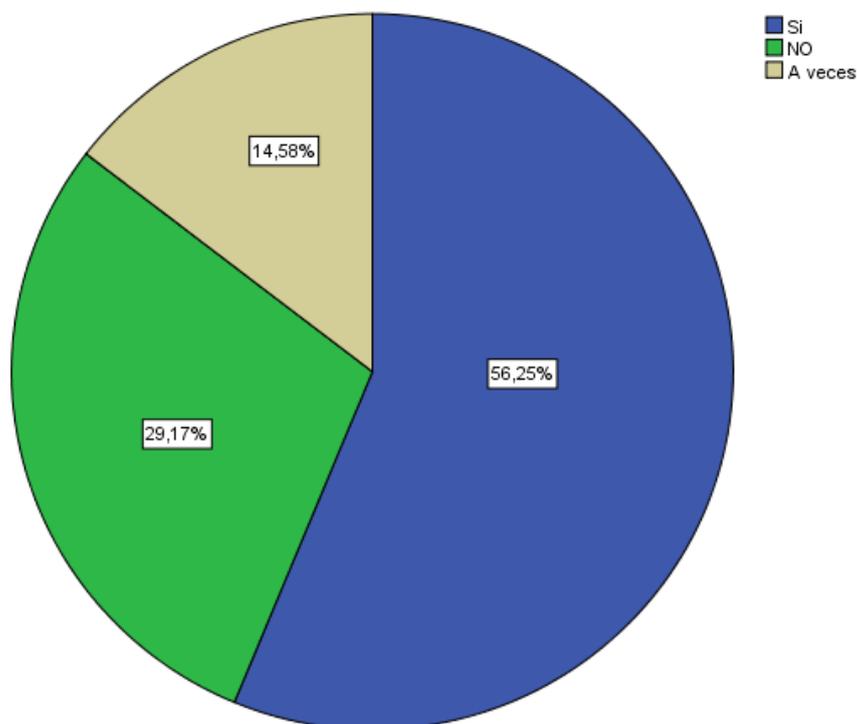


Gráfico N° 20 Cultura de atención al cliente

Según el gráfico observamos que el 56.25% de los encuestados considera que implantar una cultura de servicio al cliente impacta favorablemente en la rentabilidad financiera de sus empresas, mientras que el 29.17% manifestó que no es necesaria una cultura de servicio al cliente para favorecer la rentabilidad financiera, finalmente el 14.58% indicó que no opina.

En mi opinión, contar con una cultura de servicio al cliente definitivamente no solo es un valor agregado sino también el factor que podría marcar la diferencia en relación al producto o servicio que se entrega al cliente final, es decir, que la cultura de servicio al cliente, como cultura empresarial ofrece una estrategia corporativa donde participen todos los niveles de la organización con el fin de generar un impacto positivo sobre la rentabilidad dado que en respuesta a ello los clientes tendrán mayores niveles de satisfacción y fidelidad.

El manejo administrativo en la actualidad genera cambios para lo cual es necesario establecer nuevas tendencias, de esta manera es necesario manejar un nuevo sistema de logística para poder satisfacer las necesidades de los clientes, lo cual debe ser establecido bajo parámetros de calidad y eficiencia para así mejorar la rentabilidad.

4.3 Contraste de hipótesis

4.3.1 Primera hipótesis

La gestión de compras y abastecimiento influye de forma óptima en la rentabilidad económica de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana

a. Hipótesis nula (H_0).

La gestión de compras y abastecimiento **NO** influye de forma óptima en la rentabilidad económica de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana.

b. Hipótesis alternante (H_a).

La gestión de compras y abastecimiento **SI** influye de forma óptima en la rentabilidad económica de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana.

c. Nivel de significación (α)

Para el caso del problema se ha considerado un nivel de significación de: α = 5%, cuyo valor paramétrico ubicado en la tabla de Ji-Cuadrada es:

$$\chi^2_{(k-1), (r-1) \text{ gl.}} \quad \chi^2_{(4) \text{ gl.}} = 9.49$$

d. Se calculó la prueba estadística con la fórmula siguiente:

$$\chi^2_c = \frac{\sum (o_i - e_i)^2}{e_i} = 48.025$$

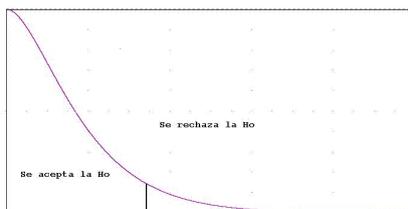
Dónde:

o_i = Valor observado, producto de las encuestas.

e_i = Valor esperado o valor teórico que se obtiene en base a los valores observados.

χ^2_c = Valor del estadístico calculado con datos provenientes de las encuestas y han sido procesados mediante el software estadístico SPSS, y se debe comparar con los valores asociados al nivel de significación que se indicó en la Tabla de contingencia N° 01.

e. Toma de decisiones



$$\chi^2_{(4) \text{ gl.}} = 9.49$$

$$\chi^2_c = 10.725$$

Interpretación:

Con un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternante, concluyendo que La gestión de compras y abastecimiento **SI** influye de forma óptima en la rentabilidad económica de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana, lo cual ha sido probado mediante la Prueba No Paramétrica usando el software estadístico SPSS versión 20, para lo cual se adjunta las evidencias, consistente en el cuadro de contingencia 01 y el resultado de la prueba estadística.

Tabla de Contingencia 01

3. ¿Cree usted que una eficiente gestión de compras tendría un impacto positivo en la rentabilidad económica de las empresas de servicios al sector minero? ** Versus** 6.
¿Considera usted que la implementación de adecuadas políticas de compra reduce el riesgo económico de las empresas de servicios al sector minero?

Variables		6. ¿Considera usted que la implementación de adecuadas políticas de compra reduce el riesgo económico de las empresas de servicios al sector minero?			
		Si	No	A veces	Total
3. ¿Cree usted que una eficiente gestión de compras tendría un impacto positivo en la rentabilidad económica de las empresas de servicios al sector minero?	Si	19	5	6	30
	No	5	9	1	15
	A veces	2	0	1	3
	Total	26	14	8	48

Pruebas de chi-cuadrado

Estadístico	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	10,725 ^a	4	.030
Razón de verosimilitudes	11.046	4	.026
Asociación lineal por lineal	.340	1	.560
N de casos válidos	48		

4.3.2 Segunda hipótesis

La gestión logística de los centros de distribución y almacenes influye de forma significativa en la rentabilidad financiera de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana.

a. Hipótesis nula (H₀).

La gestión logística de los centros de distribución y almacenes **NO** influye de forma significativa en la rentabilidad financiera de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana.

b. Hipótesis alternante (H_a).

La gestión logística de los centros de distribución y almacenes **SI** influye de forma significativa en la rentabilidad financiera de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana.

c. Nivel de significación (α)

Para el caso del problema se ha considerado un nivel de significación de: α = 5%, cuyo valor paramétrico ubicado en la tabla de Ji-Cuadrada es:

$$\chi^2_{(k-1), (r-1) \text{ gl.}} \quad \chi^2_{(4) \text{ gl.}} = 9.49$$

d. Se calculó la prueba estadística con la fórmula siguiente:

$$\chi^2_c = \frac{\sum (o_i - e_i)^2}{e_i} = 48.025$$

Dónde:

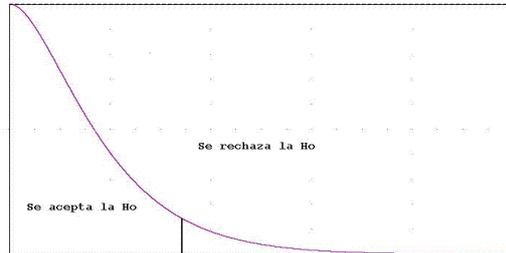
o_i = Valor observado, producto de las encuestas.

e_i = Valor esperado o valor teórico que se obtiene en base a los valores observados.

χ^2_c = Valor del estadístico calculado con datos provenientes de las encuestas y han sido procesados mediante el software estadístico SPSS, y se debe comparar con los valores

asociados al nivel de significación que se indicó en la Tabla de contingencia N° 02.

e. Toma de decisiones



$$\chi_t^2 (4) \text{ gl.} = 9.49$$

$$\chi_c^2 = 10.664$$

Interpretación:

Con un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternante, concluyendo que, La gestión logística de los centros de distribución y almacenes **SI** influye de forma significativa en la rentabilidad financiera de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana, lo cual ha sido probado mediante la Prueba No Paramétrica usando el software estadístico SPSS versión 20, para lo cual se adjunta las evidencias, consistente en el cuadro de contingencia 02 y el resultado de la prueba estadística.

Tabla de Contingencia 02

10. ¿Considera usted que optimizar los costos en la gestión de compras impacta de manera positiva en la rentabilidad financiera de las empresas de servicios al sector minero? ** Versus** 16. ¿Considera usted que la gestión de almacenamiento y distribución incide significativamente en la rentabilidad financiera de las empresas de servicios al sector minero?

Variables		16. ¿Considera usted que la gestión de almacenamiento y distribución incide significativamente en la rentabilidad financiera de las empresas de servicios al sector minero?			
		Si	No	A veces	Total
10. ¿Considera usted que optimizar los costos en la gestión de compras impacta de manera positiva en la rentabilidad financiera de las empresas de servicios al sector minero?	Si	11	11	3	25
	No	8	1	5	14
	A veces	7	2	0	9
	Total	26	14	8	48

Pruebas de chi-cuadrado

Estadístico	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	10,664 ^a	4	.031
Razón de verosimilitudes	12.142	4	.016
Asociación lineal por lineal	1.504	1	.220
N de casos válidos	48		

4.3.3 Tercera hipótesis

El aprovechamiento de la gestión del transporte y distribución de la carga influye positivamente sobre el riesgo financiero de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana.

a. Hipótesis nula (H₀).

El aprovechamiento de la gestión del transporte y distribución de la carga **NO** influye positivamente sobre el riesgo financiero de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana.

b. Hipótesis alternante (H_a).

El aprovechamiento de la gestión del transporte y distribución de la carga **SI** influye positivamente sobre el riesgo financiero de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana.

c. Nivel de significación (α)

Para el caso del problema se ha considerado un nivel de significación de: α = 5%, cuyo valor paramétrico ubicado en la tabla de Ji-Cuadrada es:

$$\chi^2_{t(k-1), (r-1) \text{ gl.}} \quad \chi^2_{t(4) \text{ gl.}} = 9.49$$

d. Se calculó la prueba estadística con la fórmula siguiente:

$$\chi^2_c = \frac{\sum (o_i - e_i)^2}{e_i} = 48.025$$

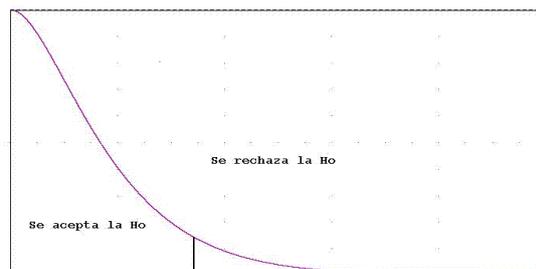
Dónde:

o_i = Valor observado, producto de las encuestas.

e_i = Valor esperado o valor teórico que se obtiene en base a los valores observados.

χ^2_c = Valor del estadístico calculado con datos provenientes de las encuestas y han sido procesados mediante el software estadístico SPSS, y se debe comparar con los valores asociados al nivel de significación que se indicó en la Tabla de contingencia N° 03.

e. Toma de decisiones



$$\chi^2_{t(4) \text{ gl.}} = 9.49 \quad \chi^2_c = 12.662$$

Interpretación:

Con un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, concluyendo que, El aprovechamiento de la gestión del transporte y distribución de la carga **SI** influye positivamente sobre el riesgo financiero de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana, lo cual ha sido probado mediante la Prueba No Paramétrica usando el software estadístico SPSS versión 20, para lo cual se adjunta las evidencias, consistente en el cuadro de contingencia 03 y el resultado de la prueba estadística.

Tabla de Contingencia 03

13. ¿Considera usted que contar con un adecuado sistema de control en el transporte y distribución impacta positivamente en la rentabilidad de las empresas de servicios al sector minero? ** Versus** 14. ¿Cree usted que una adecuada gestión de transporte y distribución disminuye el riesgo financiero en las empresas de servicios al sector minero?

Variables		14. ¿Cree usted que una adecuada gestión de transporte y distribución disminuye el riesgo financiero en las empresas de servicios al sector minero?			
		Si	No	A veces	Total
13. ¿Considera usted que contar con un adecuado sistema de control en el transporte y distribución impacta positivamente en la rentabilidad de las empresas de servicios al sector minero?	Si	11	16	5	32
	No	10	2	0	12
	A veces	4	0	0	4
	Total	25	18	5	48

Pruebas de chi-cuadrado

Estadístico	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12,662 ^a	4	.013
Razón de verosimilitudes	15.494	4	.004
Asociación lineal por lineal	10.307	1	.001
N de casos válidos	48		

4.3.4 Cuarta hipótesis

La prestación de servicio al cliente incide positivamente sobre el riesgo económico en las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana.

a. Hipótesis nula (H_0).

La prestación de servicio al cliente **NO** incide positivamente sobre el riesgo económico en las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana.

b. Hipótesis alternante (H_a).

La prestación de servicio al cliente **SI** incide positivamente sobre el riesgo económico en las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana.

c. Nivel de significación (α)

Para el caso del problema se ha considerado un nivel de significación de: $\alpha = 5\%$, cuyo valor paramétrico ubicado en la tabla de Ji-Cuadrada es:

$$\chi^2_{(k-1), (r-1) \text{ gl.}} \quad \chi^2_{(4) \text{ gl.}} = 9.49$$

d. Se calculó la prueba estadística con la fórmula siguiente:

$$\chi^2_c = \frac{\sum (o_i - e_i)^2}{e_i} = 48.025$$

Dónde:

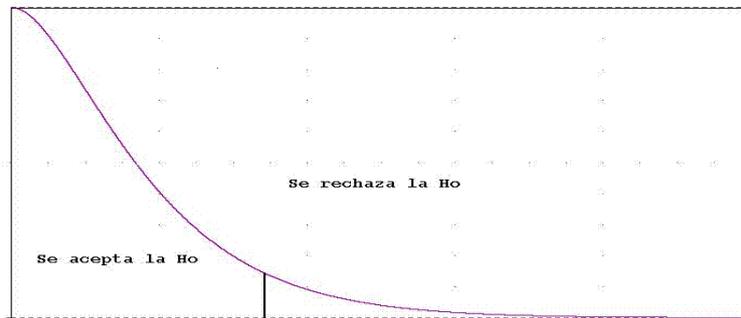
o_i = Valor observado, producto de las encuestas.

e_i = Valor esperado o valor teórico que se obtiene en base a los valores observados.

χ^2_c = Valor del estadístico calculado con datos provenientes de las encuestas y han sido procesados mediante el software

estadístico SPSS, y se debe comparar con los valores asociados al nivel de significación que se indicó en la Tabla de contingencia N° 04.

e. Toma de decisiones



$$\chi_t^2 (4) \text{ gl.} = 9.49$$

$$\chi_c^2 = 12.076$$

Interpretación:

Con un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, concluyendo que, La prestación de servicio al cliente **SI** incide positivamente sobre el riesgo económico en las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana, lo cual ha sido probado mediante la Prueba No Paramétrica usando el software estadístico SPSS versión 20, para lo cual se adjunta las evidencias, consistente en el cuadro de contingencia 04 y el resultado de la prueba estadística.

Tabla de Contingencia 04

19. ¿Considera usted que deben implantarse políticas de atención al cliente a fin de reducir el riesgo económico de las empresas de servicios al sector minero? ** Versus** 20. ¿Considera usted que la existencia de una cultura de servicio al cliente impacta favorablemente en la rentabilidad financiera de las empresas de servicios al sector minero?

Variables		20. ¿Considera usted que la existencia de una cultura de servicio al cliente impacta favorablemente en la rentabilidad financiera de las empresas de servicios al sector minero?			
		Si	No	A veces	Total
19. ¿Considera usted que deben implantarse políticas de atención al cliente a fin de reducir el riesgo económico de las empresas de servicios al sector minero?	Si	8	9	6	23
	No	11	5	1	17
	A veces	8	0	0	8
	Total	27	14	7	48

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12,076	4	.017
Razón de verosimilitudes	15.132	4	.004
Asociación lineal por lineal	10.443	1	.001
N de casos válidos	48		

4.4 Caso Práctico:

La empresa L&W Soporte Logístico Integral S.A.C., con RUC N° 20131360446 con domicilio en la Av. San Luis N° 2235 Of. 401, San Borja - Lima, se dedica al negocio de prestación de servicios especializados en implementación de campamentos para el sector minero. Sus principales operaciones se encuentran en las ciudades de Juliaca, Cusco, Nazca y Trujillo.

A raíz de la falta de comunicación existente entre la Jefatura de Logística y la Gerencia de Operaciones, el Gerente General de la empresa L&W, determinó que era conveniente la evaluación del proceso de compras y adquisiciones, involucrando a todas las áreas de la empresa, con la finalidad de mejorar las políticas internas y optimizar la rentabilidad de la empresa.

Es así que, en la implementación de uno de los campamentos ubicados en Macusani – Juliaca, en el año 2012, se designó a esta operación un Generador Eléctrico marca MITSUBISHI, modelo MM24, el cual fue adquirido a un costo de S/. 12,000.00, luego de aproximadamente 3 meses de funcionamiento, dicho motor sufrió un desperfecto por mala manipulación quedando inoperativo. A ello sumamos que por la falta de coordinación existente entre las áreas de logística y operaciones y por la improvisación en la elaboración de presupuestos, no se consideró la adquisición de un motor de contingencia ni un plan de mantenimiento preventivo y/o correctivo para el generador. Debido a este impase, el área de logística recibió la orden de proceder con la compra de un generador de similares características para su inmediato reemplazo. Al ser una compra URGENTE, se tuvo que obviar los procedimientos de cotización, negociación de precios, ahorro en flete y otros factores que involucran un proceso habitual de compra, quedando como única opción la compra a un mayor precio y con envío aéreo.

Luego de los inconvenientes ocasionados por el generador y su reposición, la rentabilidad de la empresa quedó afectada, reflejándose en los estados financieros del año 2012, tal como se aprecia en el estado de situación financiera:

L&W SOPORTE LOGISTICO INTEGRAL SAC
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2012 y 31 DE DICIEMBRE 2011
EN NUEVOS SOLES

ACTIVO	2011	2012	PASIVO	2011	2012
Caja y Bancos	S/. 480,380.22	S/. 564,725.89	Ctas. Por Pagar a Proveedores	S/. 494,971.12	S/. 634,557.98
Ctas. Por cobrar a Clientes	S/. 73,313.46	S/. 85,428.44	Ctas. Por Pagar Diversas	S/. 87,428.68	S/. 84,069.16
Ctas. Por cobrar diversas	S/. 26,845.30	S/. 29,413.62	Tributos por Pagar	<u>S/. 40,846.00</u>	<u>S/. 61,112.00</u>
Inm. Maq. Y Equipo (Neto)	<u>S/. 137,585.23</u>	<u>S/. 153,214.50</u>	Total Pasivo	<u>S/. 623,245.80</u>	<u>S/. 779,739.14</u>
Total Activo	<u>S/. 718,124.21</u>	<u>S/. 832,782.45</u>			
PATRIMONIO					
			Capital Social	S/. 47,375.77	S/. 47,375.77
			Reservas	S/. 18,204.00	S/. 18,204.00
			Utilidad (Perdida) del Ejercicio	<u>S/. 29,298.64</u>	<u>S/. -12,536.46</u>
			Total Patrimonio	<u>S/. 94,878.41</u>	<u>S/. 53,043.31</u>
TOTAL ACTIVO	<u><u>S/. 718,124.21</u></u>	<u><u>S/. 832,782.45</u></u>	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	<u><u>S/. 718,124.21</u></u>	<u><u>S/. 832,782.45</u></u>

A raíz de este impase, la empresa L&W Soporte Logístico Integral S.A.C. empezó a recaudar menor cantidad de pedidos, toda vez que el cliente manifestó a las otras empresas del sector minero la negligencia ocurrida con el generador y con ello delegando gran parte de nuestra cartera de clientes a otras empresas de la competencia. Esto se corrobora con la disminución de órdenes de servicio atendidas en los períodos 2011 y 2012.

Periodo	Ordenes de Servicio Atendidas
2011	13
2012	8

Esta falta de coordinación ocasionó pérdida en todo sentido para la empresa, ya que tuvo que pagar penalidades por incumplimiento del servicio, y a la vez perdió clientes por la desconfianza para brindar futuros servicios de calidad.

Detallamos a continuación los gastos incurridos por la no previsión:

Utilidad esperada de la operación	S/. 18,550.00
Gastos por reemplazo de generador	
Equipo nuevo	S/. 13,350.00
Flete aéreo	S/. 3,800.00
Horas hombre	S/. 723.00
Penalidad cliente	S/. 7,000.00
	<u>S/. - 6,323..00</u>

Demostramos entonces que la falta de programación de compras, la improvisación y la no existencia de políticas en las compras afecta a la rentabilidad de la empresa.

CAPÍTULO V DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Discusión

En el estudio de las variables y luego de haberse llevado a cabo el análisis e interpretación de la misma, se ha dado a conocer la importancia de emplear un adecuado sistema de gestión en el área de logística, el mismo que permite a la alta dirección una adecuada planificación de compras y con ello la optimización en la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana.

Del resultado de las encuestas aplicadas, se pudo comprobar que aún existen empresas que no consideran dentro de su gestión, la planificación de compras, lo que conlleva a la improvisación de las mismas, a tomar decisiones que perjudican el presupuesto de la empresa y QUE afecte directamente a la rentabilidad. Esto debido mayormente a la indecuada implementación de un sistema de control interno donde se incluya todos los procedimientos y responsabilidades de los funcionarios.

En la actualidad, todavía existen algunas empresas que no reconocen que la logística tiene una función muy importante en la satisfacción de los clientes y la calidad, no se considera la logística como un valor agregado o factor de rentabilidad. En el clima actual del mercado se necesitan servicios de valor agregado para diferenciar las empresas.

También se puede apreciar que existen todavía algunas empresas que no le dan la importancia que amerita la gestión de transporte y distribución. Esto obedece a que los profesionales a cargo de las decisiones estratégicas y tácticas respecto a la gestión del transporte no tienen una idea clara de los factores que influyen en el transporte, así como los medios existentes, los costos asociados y la metodología idónea para su elección.

Cabe mencionar que, el transporte es por excelencia uno de los procesos fundamentales de la estrategia logística de una organización, ya que todas las

decisiones que tomen deben ajustarse a unas medidas óptimas teniendo en cuenta los factores como: costos, rapidez de entrega, eficiencia, seguridad, precisión, modo y servicio al cliente.

Como se puede apreciar en el caso práctico, el resultado de la utilidad de la empresa cae significativamente en el ejercicio 2012, debido a una mala planificación en sus presupuestos y a la no previsión de un plan de contingencia que cubra las eventualidades que se puedan presentar en las operaciones de la empresa.

5.2 Conclusiones

- a) La gestión de compras y abastecimiento en un porcentaje razonable de empresas es deficiente porque no logran identificar con claridad los procesos y se recurre a la improvisación ocasionando que los usuarios reporten requerimientos innecesarios y sin sustento influyendo negativamente en la rentabilidad económica.
- b) La gestión logística en un porcentaje razonable de empresas no engloba los procesos y operaciones necesarias para proveer al consumidor el producto correcto, en la cantidad requerida y en condiciones adecuadas lo que hace que influya significativamente en la rentabilidad financiera.
- c) El aprovechamiento de la gestión de transporte y distribución de la carga que es uno de los procesos fundamentales de la estrategia logística de las organizaciones en un porcentaje razonable de empresas es deficiente lo que hace que influya significativamente sobre el riesgo financiero.
- d) La prestación de servicio al cliente que es el fundamento y fin último de la cadena logística en un porcentaje razonable de empresas no es oportuna ni eficiente incidiendo directamente sobre el riesgo económico.

5.3 Recomendaciones

- a) El área de compras debe contar con una estructura normativa que respalde su gestión y facilite el planeamiento de las adquisiciones de bienes y/o servicios para evitar sobrecostos y duplicidad de compras.
- b) Implementar un área o asignar un responsable del planeamiento que contemple las políticas y planes de contingencia a fin de que se pueda cubrir requerimientos inmediatos que permitan atender de manera oportuna cualquier emergencia o eventualidad en las operaciones.
- c) El profesional a cargo de las decisiones estratégicas y tácticas respecto a la gestión del transporte debe conocer claramente todos los factores que influyen en el transporte, así como los medios existentes, los costos asociados y la metodología idónea para su elección.
- d) Es esencial que las empresas mantengan una política de atención al cliente, tanto interno como externo, en la que se garantice la atención oportuna y eficiente de los requerimientos, inclusive brindando un valor agregado en la atención.

FUENTES DE INFORMACIÓN

5.1 Bibliográficas

- American Psychological Association (2010) *Manual de publicaciones (3ª. ed.)*. México: El manual moderno.
- Bravo, S. (2008) *Análisis de rentabilidad, económica y financiera. Fundamentos de la valorización de empresas*. Lima. Perú: Editora Print Press S.A.C.
- Casanovas, A. y Cuatrecasas, L. (2003) *Logística empresarial*. Barcelona, España: Ediciones Gestión 2000, S.A.
- Hill, Ch. (2011) *Negocios internacionales. Competencia en el mercado global*. México: Programas educativos S.A. de C.V.
- López, F. (2010) *Finanzas para no contadores*. Madrid, España: Esic Editorial.
- Márquez, J. (2003) *Banca, mercado de capitales y seguros (2ª. ed.)*. Lima, Perú: Editorial San Marcos.
- Mora, L. (2012) *Gestión logística integral*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Parada, J. (1988) *Rentabilidad empresarial. Un enfoque de gestión*. Concepción, Chile: Universidad de Concepción.
- Pérez, M. (2010) *Diccionario de administración*. Lima, Perú: Editorial San Marcos.
- Quispe, U. (2012) *Proyectos de inversión para el sector público y privado*. Lima, Perú: Editorial San Marcos.
- Rojas, M.; Guisao, E.; y Cano, J. (2011) *Logística integral*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.

Tong, J. (2007) *Finanzas empresariales (1ª. Ed)*. Lima, Perú: Centro de investigación. UP.

Videla, P., Pastor, A. y Rahnema A. (1997) *Mercados financieros internacionales*. Barcelona, España: Canon Editorial, S.L.

Bravo Cervantes, Miguel H. (2000). *Control interno*. Perú. San Marcos.

5.2 Electrónicas

<http://www.monografias.com/trabajos24/logistica/logistica.shtml#origen>

http://www.buscarportal.com/articulos/iso_9001_mejora_continua.html

<http://www.monografias.com/trabajos72/control-interno-gestion-compras/control-interno-gestion-compras2.shtml>

<http://www.sistenasypersonas.com/PDF/Optimizacion%20de%20Procesos.pdf>

http://sisbib.unmsm.edu.pe/Bibvirtual/publicaciones/administracion/v02_n4/servicio.htm

<http://mercadotendencias.com/informe-caso-deficion-de-control-interno/>

<http://www.muniliberia.go.cr/muni/Manuales/GuiaPlanificacionCompras.pdf>

<http://definicion.de/optimizacion/>

http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/gestiondecompras/

<http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/fin/37/rentabiypeduct.htm>

<http://www.monografias.com/trabajos6/prod/prod.shtml>

<http://definicion.de/costo/>

<http://definicion.de/utilidad/>

<http://definicion.de/eficiencia/>



ANEXOS



ANEXO N° 01 MATRIZ DE CONSISTENCIA

GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS ESPECIALISTAS EN IMPLEMENTACIÓN DE CAMPAMENTOS PARA EL SECTOR MINERO EN LIMA METROPOLITANA

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>1. Problema principal ¿De qué manera influye la gestión logística en la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana?</p> <p>2. Problemas secundarios</p> <p>a) ¿Cómo influye la gestión de compras y abastecimiento en la rentabilidad económica?</p> <p>b) ¿Cuál es la influencia de la gestión logística de los centros de distribución y almacenes en la rentabilidad financiera?</p> <p>c) ¿Cómo la gestión del transporte y distribución de la carga sobre el riesgo financiero?</p> <p>d) ¿Cómo influye la prestación de servicio al cliente sobre el riesgo económico?</p>	<p>1. Objetivo general Determinar la influencia de la gestión logística en la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana.</p> <p>2. Objetivos específicos</p> <p>a) Determinar la influencia de la gestión de compras y abastecimiento en la rentabilidad económica.</p> <p>b) Determinar la influencia de la gestión logística de los centros de distribución y almacenes en la rentabilidad financiera.</p> <p>c) Determinar la influencia de la gestión del transporte y distribución de la carga sobre el riesgo financiero.</p> <p>d) Determinar la influencia de la prestación de servicio al cliente sobre el riesgo económico.</p>	<p>1. Hipótesis principal La gestión logística influye significativamente en la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana.</p> <p>2. Hipótesis secundarias</p> <p>a) La gestión de compras y abastecimiento influye de forma óptima en la rentabilidad económica.</p> <p>b) La gestión logística de los centros de distribución y almacenes influye de forma significativa en la rentabilidad financiera.</p> <p>c) El aprovechamiento de la gestión del transporte y distribución de la carga influye positivamente sobre el riesgo financiero.</p> <p>d) La prestación de servicio al cliente influye positivamente sobre el riesgo económico.</p>	<p>1. Variable independiente</p> <p>X. Gestión logística</p> <p>Indicadores:</p> <p>x₁ Gestión de compras y abastecimiento.</p> <p>x₂ Gestión logística en centros de distribución y almacenes.</p> <p>x₃ Gestión del transporte y distribución de la carga.</p> <p>x₄ Prestación de servicio al cliente.</p> <p>2. Variable dependiente</p> <p>Y. Rentabilidad</p> <p>Indicadores:</p> <p>y₁ Rentabilidad económica.</p> <p>y₂ Rentabilidad financiera.</p> <p>y₃ Riesgo financiero.</p> <p>y₄ Riesgo económico.</p>	<p>1. DISEÑO METODOLÓGICO. No experimental, descriptivo.</p> <p>2. TIPO DE INVESTIGACIÓN - Aplicada</p> <p>3. MÉTODO. Descriptivo, Estadístico, de Análisis-Síntesis.</p> <p>4. POBLACIÓN: Conformada por un grupo de 8 empresas dedicadas al abastecimiento de campamentos en el sector minero ubicadas en Lima Metropolitana, cuya población asciende a 500 personas.</p> <p>5. MUESTRA. Conformada por un grupo de 8 empresas dedicadas al abastecimiento de campamentos en el sector minero ubicadas en Lima Metropolitana, cuya muestra representativa es de 48 personas.</p> <p>6. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS. Entrevista, Encuesta y Análisis documental.</p> <p>7. Instrumentos. Guía de entrevista, de análisis documental y de observación.</p>

ANEXO N° 02

ENCUESTA

Instrucciones:

La presente técnica de encuesta, busca recoger información relacionada con el trabajo de investigación titulado **“Gestión logística y su incidencia en la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana”**, sobre este particular se le solicita que en las preguntas que a continuación se presentan elija la alternativa que considere correcta, marcando para tal fin con un aspa (x), esta técnica es anónima, se le agradece su colaboración.

1. ¿Considera usted que el plan de trabajo debe contemplar la programación de compras a fin de contribuir con la rentabilidad económica de las empresas de servicios al sector minero?
 - a. Si ()
 - b. No ()
 - c. A veces ()

2. ¿En el proceso de evaluación de proveedores qué criterios evalúa?
 - a. El plazo de entrega ()
 - b. Garantía del producto ()
 - c. Experiencia del proveedor ()
 - d. Todas las anteriores ()

3. ¿Cree usted que una eficiente gestión de compras tendría un impacto positivo en la rentabilidad económica de las empresas de servicios al sector minero?

- a. Si ()
- b. No ()
- c. A veces ()
4. ¿Considera usted que un adecuado planeamiento de las compras puede mejorar la utilidad financiera de las empresas de servicios al sector minero?
- a. Si ()
- b. No ()
- c. A veces ()
5. ¿Considera usted necesaria la revisión de los procesos internos del área logística para incrementar la eficiencia de las empresas de servicio al sector minero?
- a. Si ()
- b. No ()
- c. A veces ()
6. ¿Considera usted que la implementación de adecuadas políticas de compra reduce el riesgo económico de las empresas de servicios al sector minero?
- a. Si ()
- b. No ()
- c. A veces ()
7. ¿Piensa usted que uno de los factores importantes para lograr la eficiencia es la mejora continua en los procesos del área de logística de las empresas de servicios al sector minero?

- a. Si ()
- b. No ()
- c. A veces ()

8. ¿Considera usted que una adecuada gestión logística exige establecer políticas de planificación de compras para incrementar la rentabilidad económica de las empresas de servicios al sector minero?

- a. Si ()
- b. No ()
- c. A veces ()

9. ¿Considera usted que las políticas de compras del área logística deben revisarse periódicamente para garantizar la rentabilidad económica las empresas de servicios al sector minero?

- a. Si ()
- b. No ()
- c. A veces ()

10. ¿Considera usted que optimizar los costos en la gestión de compras impacta de manera positiva en la rentabilidad financiera de las empresas de servicios al sector minero?

- a. Si ()
- b. No ()
- c. A veces ()

11. ¿Piensa usted que la capacitación al personal del área logística incide favorablemente en la rentabilidad de las empresas de servicios al sector minero?

- a. Si ()
- b. No ()
- c. A veces ()

12. ¿Piensa usted que la contratación de personal calificado para el área de logística reduce el riesgo financiero de las empresas de servicios al sector minero?

- a. Si ()
- b. No ()
- c. A veces ()

13. ¿Considera usted que contar con un adecuado sistema de control en el transporte y distribución impacta positivamente en la rentabilidad de las empresas de servicios al sector minero?

- a. Si ()
- b. No ()
- c. A veces ()

14. ¿Cree usted que una adecuada gestión de transporte y distribución disminuye el riesgo financiero en las empresas de servicios al sector minero?

- a. Si ()
- b. No ()
- c. A veces ()

15. ¿Considera usted que la definición de stocks mínimos y máximos mediante indicadores en el sistema de administración de almacenes favorece la rentabilidad financiera de las empresas de servicios al sector minero?

- a. Si ()
- b. No ()
- c. A veces ()

16. ¿Considera usted que la gestión de almacenamiento y distribución incide significativamente en la rentabilidad financiera de las empresas de servicios al sector minero?

- a. Si ()
- b. No ()
- c. A veces ()

17. ¿Cree usted que dentro de la gestión de almacenamiento y distribución es importante considerar los productos de baja rotación pero indispensables para la puesta en marcha de la operación a fin de reducir el riesgo económico de las empresas de servicios al sector minero?

- a. Si ()
- b. No ()
- c. No opina ()

18. ¿Considera usted que la satisfacción del cliente en la prestación del servicio incide en la reducción del riesgo económico de las empresas de servicios al sector minero?

- a. Si ()
- b. No ()
- c. No opina ()

19. ¿Considera usted que deben implantarse políticas de atención al cliente a fin de reducir el riesgo económico de las empresas de servicios al sector minero?

- a. Si ()
- b. No ()
- c. No opina ()

20. ¿Considera usted que la existencia de una cultura de servicio al cliente impacta favorablemente en la rentabilidad financiera de las empresas de servicios al sector minero?

- a. Si ()
- b. No ()
- c. No opina ()



ANEXO N° 03

ENTREVISTA

Instrucciones:

La presente técnica de entrevista, tiene por finalidad recoger información importante sobre el trabajo de investigación titulado **“Gestión logística y su incidencia en la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana”**, al respecto se le pide que en las preguntas que a continuación se acompaña, responda en forma clara, toda vez que dichos contenidos y/o aportes, serán de trascendencia para este trabajo. También se le recuerda que los datos que nos está proporcionando, únicamente tiene validez con fines académicos. La técnica empleada es anónima, se le agradece su participación.

1.- **¿Cuál cree usted que es el problema de fondo con relación a la gestión del área logística de las empresas de servicios al sector minero?**

.....
.....
.....
.....
.....

2.- **¿Cuál es su opinión acerca de la aplicación del análisis FODA dentro del proceso logístico de las empresas de servicios al sector minero?**

.....
.....
.....
.....
.....

3.- ¿De qué manera considera usted que afecta la falta de controles internos dentro del proceso logístico de las empresas de servicios al sector minero?

.....
.....
.....
.....
.....

4.- ¿De acuerdo a su criterio cree Usted que debería haber un sistema de planeamiento en el proceso logístico para mejorar la rentabilidad de las empresas de servicios al sector minero?

.....
.....
.....
.....
.....

5.- ¿De qué manera piensa usted que la optimización de los procesos logísticos favorecen la eficiencia de las empresas de servicios al sector minero?

.....
.....
.....
.....
.....

6.- ¿De acuerdo a su experiencia considera usted importante la implementación de procedimientos de control interno dentro del proceso logístico?

.....

.....
.....
.....
.....

7.- ¿De acuerdo a su criterio, considera usted que una adecuada negociación con los proveedores podrían mejorar la eficiencia del área logística de las empresas de servicios al sector minero?

.....
.....
.....
.....
.....

8.- ¿De qué manera piensa usted que la implementación de políticas de compra favorece la gestión del área logística de las empresas de servicios al sector minero?

.....
.....
.....
.....
.....

9.- ¿Considera usted que la planificación de las compras es un factor importante para reducir los costos en las compras que realizan las empresas de servicios al sector minero?

.....
.....
.....
.....
.....

10.- ¿Por qué considera usted importante la contratación de personal con experiencia en el campo para cubrir los distintos puestos del área de logística?

.....

.....

.....

.....

.....

