



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES

**“PROCESOS LOGÍSTICOS Y PERCEPCIÓN DE RENTABILIDAD
EN UNA EMPRESA IMPORTADORA DE PRODUCTOS
NATURALES, DISTRITO DE MIRAFLORES (LIMA-PERÚ), 2023”**

Tesis para optar el título profesional de:

**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

Presentado por:

Josselyn Sonia Utrilla Vivanco (0000-0001-7081-565X)

Asesor:

Hugo Jesús Salas Canales (0000-0003-2754-9514)

Lima – Perú

2023

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Lima, 23 de noviembre de 2023 «FSUS»

Los integrantes del Jurado de tesis:

Presidente	MARÍA CLAUDIA ESPÍRITU MALLAUPOMA
Miembro 1	JULIO CESAR POBLETE BENITES
Miembro 2	CHRISTIAN MAZZEI CORIA

Se reúnen para evaluar la tesis titulada:

“PROCESOS LOGÍSTICOS Y PERCEPCIÓN DE RENTABILIDAD EN UNA EMPRESA IMPORTADORA DE PRODUCTOS NATURALES, DISTRITO DE MIRAFLORES (LIMA-PERÚ), 2023”

Presentado por el(la) bachiller.

JOSELYN SONIA UTRILLA VIVANCO

Para optar al título profesional de

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Asesorado(a) por:

HUGO JESUS SALAS CANALES

Luego de haber evaluado el informe final de tesis y evaluado el desempeño de(l) (los) estudiante de la Carrera de **Administración de Negocios Internacionales** en la sustentación, concluyen de manera unánime (x) por mayoría simple () calificar a:

Tesista:	JOSELYN SONIA UTRILLA VIVANCO		
Nota (en letras):	Trece		
Aprobado (x)	Aprobado - Muy buena ()	Aprobado - Sobresaliente ()	Desaprobado ()

Los miembros del jurado firman en señal de conformidad.



MARÍA CLAUDIA ESPÍRITU MALLAUPOMA
Presidente(a) del Jurado



HUGO JESUS SALAS CANALES
Asesor(a)



JULIO CESAR POBLETE BENITES
Miembro 1



CHRISTIAN MAZZEI CORIA
Miembro 2

ANEXO: FORMATO DE DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD DE CONTENIDO DE INFORME FINAL DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD DE CONTENIDO DE INFORME FINAL DE TESIS / TRABAJO DE INVESTIGACIÓN¹

Lima, 30 de noviembre del 2023

Señor,
Dr. Carlos Zavalaga Reyes

**Director General de Investigación, Desarrollo e Innovación
Universidad Científica del Sur
Presente.** –

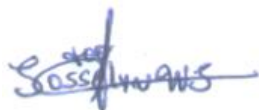
De nuestra consideración,

Yo: Josselyn Sonia Utrilla Vivanco estudiante/egresado de la carrera de Administración de Negocios Internacionales de la Universidad Científica del Sur, en conjunto con el asesor/la asesora de tesis Hugo Jesús Salas Canales, declaramos que este informe final de tesis/trabajo de investigación titulado: Procesos logísticos y percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023, sustentado para obtener el título/grado de Licenciada en Administración de Negocios Internacionales es original.

Es decir, no contiene plagio parcial ni total, cuando se utilizó información de fuentes externas se reconoció la autoría mediante la adecuada citación y los resultados obtenidos son producto entero de mi (nuestra) investigación y no han sido falseados ni fabricados. Todo esto en cumplimiento del Código de ética en la investigación, Reglamento del Comité de Integridad Científica, Reglamento de Propiedad Intelectual, Normas y procedimientos de los trabajos de investigación para la obtención de títulos profesionales y grados académicos ², que afirmamos conocer en su totalidad.

Por ello, en caso de identificarse alguna situación de plagio, falsificación o fabricación de resultados, nos allanamos al proceso de investigación que establezca la Universidad y las posibles sanciones que pudieran surgir.

Firmamos en conformidad con lo declarado,



**Firma tesista
DNI: 70207372**



**Firma del asesor de tesis
DNI: 46160527**

¹ En conformidad con la Resolución del Consejo Directivo N° 084-2022-SUNEDU/CD

² Los documentos están en: <https://investigacion.cientifica.edu.pe/reglamentos/>

INFORME DE REVISIÓN DE ORIGINALIDAD

Título del documento evaluado. Procesos logísticos y percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023

Autores. Josselyn Sonia Utrilla Vivanco.

Mecanismo de revisión de originalidad. Evaluación con Turnitin (ID 2264246962).

Resultado de la evaluación. 9%

Revisado por. Magaly Kelly Guerrero Huaracallo.

Comentarios sobre la revisión. Filtros usados: excluir fuentes de menos de 15 palabras, se excluyeron citas.



Dedicatoria

Quiero dedicar esta tesis a mis padres Sonia y José Luis que son mi motor para seguir adelante, confiaron en mí, me brindaron su apoyo incondicional, su motivación para poder afrontar los retos y adversidades en este largo camino y me ayudaron a que pueda crecer como persona y profesionalmente.

Agradecimientos

A la Universidad Científica del Sur por poder permitir que pueda desarrollarme profesionalmente.

A mi asesor Hugo Jesús Salas Canales que gracias a su orientación, paciencia, apoyo y conocimientos brindados pude desarrollar la presente tesis.

A mis docentes que pudieron enseñarme y brindarme muchos más conocimientos que me servirán a lo largo de mi carrera profesional.

Índice general

Dedicatoria	2
Agradecimientos	3
Índice general	4
Índice de figuras	8
Índice de tablas	9
Índice de anexos	10
Resumen	11
Abstract	12
Introducción	13
CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.1. Descripción de la realidad problemática	17
1.2. Formulación del problema	21
1.2.1. Problema general	21
1.2.2. Problemas específicos	21
1.3. Justificación de la investigación	21
1.4. Limitaciones de la investigación	23
1.5. Viabilidad de la investigación	24
CAPITULO II: MARCO TEORICO	25
2.1. Antecedentes de la investigación	25

2.1.1.	Internacionales	25
2.1.2.	Nacionales	29
2.2.	Bases teóricas	32
2.2.1.	Procesos logísticos	32
2.2.1.1.	Gestión de compras	34
2.2.1.2.	Gestión de inventarios	36
2.2.1.3.	Distribución	38
2.2.2.	Percepción de rentabilidad	40
2.2.2.1.	Percepción de rentabilidad económica	42
2.2.2.2.	Percepción de rentabilidad financiera	44
2.3.	Objetivos de la investigación	46
2.3.1.	Objetivo general	46
2.3.2.	Objetivos específicos	46
2.4.	Formulación de hipótesis	46
2.4.1.	Hipótesis general	46
2.4.2.	Hipótesis específicas	46
	CAPITULO III: DISEÑO METODOLÓGICO	48
3.1.	Diseño de la investigación	48
3.2.	Tipo	49
3.3.	Enfoque	49

3.4.	Población	50
3.5.	Muestra	51
3.6.	Operacionalización de variables	53
3.7.	Técnicas para la recolección de datos	54
3.8.	Técnica para el procesamiento y análisis de datos	56
3.9.	Aspectos éticos	57
CAPITULO IV: RESULTADOS		58
4.1.	Resultados descriptivos	58
4.1.1.	Perfil de participantes	58
4.2.	Resultados inferenciales	60
4.2.1.	Prueba de normalidad	60
4.2.2.	Contraste de hipótesis	60
4.2.2.1.	Contrastación de la hipótesis general	61
4.2.2.2.	Contrastación de la hipótesis específica 1	63
4.2.2.3.	Contrastación de la hipótesis específica 2	66
4.2.2.4.	Contrastación de la hipótesis específica 3	69
CAPITULO V: DISCUSION, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		72
5.1.	Discusión	72
5.2.	Conclusiones	79
5.3.	Recomendaciones	85

Referencias bibliográficas	98
Abreviaturas	106
Anexos	108
Anexo 1: Matriz de consistencia	109
Anexo 2: Matriz de operacionalización	111
Anexo 3: Encuesta/instrumento de evaluación	112
Anexo 4: Validez de instrumentos por Jueces Expertos	116

Índice de figuras**Número****Página**

1 Operacionalización de variables

53

Índice de tablas

Número		Página
1	Resumen de validez por juicio de expertos	55
2	Omega de McDonald por variable	56
3	Edad de encuestados	58
4	Género de los encuestados	58
5	Nivel de formación de los encuestados	59
6	Años de experiencia de los encuestados en la empresa	59
7	Prueba de normalidad para las variables	60
8	Rho de Spearman entre procesos logísticos y percepción de rentabilidad	62
9	Rho de Spearman entre gestión de compras y percepción de rentabilidad	65
10	Rho de Spearman entre gestión de inventarios y percepción de rentabilidad	67
11	Rho de Spearman entre distribución y percepción de rentabilidad	70

Índice de anexos

Número		Página
1	Matriz de consistencia	109
2	Matriz de operacionalización	111
3	Encuesta/instrumento de evaluación	112
4	Validez de instrumentos por Jueces Expertos	116

Resumen

La presente investigación titulada “Procesos logísticos y percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023” buscó determinar la relación entre los procesos logísticos y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023. Por dicho fin, se aplicó una metodología no experimental, transeccional, correlacional-causal, con tipo de alcance correlacional, de enfoque cuantitativo, con una muestra censal de 16 colaboradores; para la recolección de datos se usó la encuesta y de instrumento el cuestionario estructurado diseñado con la escala de Likert. El estudio proporcionó información sobre los procesos logísticos y la percepción de rentabilidad de la empresa estudiada; mediante los resultados se obtuvo una significancia de 0.196, por lo cual, se aceptó la hipótesis nula y se rechazó la hipótesis alterna y se concluyó la falta de relación entre ambas variables. De igual manera, no hubo relación entre las 3 dimensiones: gestión de compras, gestión de inventarios y distribución con la percepción de rentabilidad en la empresa evaluada.

Palabras clave: procesos logísticos, percepción de rentabilidad, gestión de compras, gestión de inventarios, distribución.

Abstract

The present research entitled "Logistics processes and perception of profitability in an importing company of natural products, Miraflores district (Lima-Peru), 2023" sought to determine the relationship between logistics processes and the perception of profitability in a company importing natural products, Miraflores district (Lima-Peru), 2023. To this end, a non-experimental, cross-sectional, correlational-causal methodology was applied, with a type of correlational scope, with a quantitative approach, with a census sample of 16 collaborators; for data collection, the survey was used and the structured questionnaire designed with the Likert scale was used as an instrument. The study provided information on the logistics processes and the perception of profitability of the company studied; through the results, a significance of 0.196 was obtained, therefore, the null hypothesis was accepted and the alternative hypothesis was rejected and the lack of relationship between both variables was concluded. Similarly, there was no relationship between the 3 dimensions: purchasing management, inventory management and distribution with the perception of profitability in the evaluated company.

Keywords: logistics processes, perception of profitability, purchase management, inventory management, distribution.

Introducción

En el ámbito actual toda organización necesita tener una mejor rentabilidad para poder sobrevivir en el mercado, debido a ello, es importante que estas empiecen a tomar mayor importancia a los procesos logísticos y saber cómo llevar a cabo de manera eficiente cada gestión desde la compra de los productos hasta la distribución al cliente final, esto trae consigo no solo beneficios rentables para la empresa, sino que a su vez, permite satisfacer las necesidades de los consumidores que siempre va cambiando y de esta manera poder mantenerlos y fidelizarlos. Por lo tanto, el objetivo general del estudio fue determinar la relación entre los procesos logísticos y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023.

En la presente investigación se consideró la variable procesos logísticos que se refiere a las actividades y operaciones involucradas en la gestión y coordinación de la cadena de suministro, desde la adquisición de materiales hasta la entrega final del producto o servicio. Dicha variable tiene las siguientes dimensiones con sus indicadores: gestión de compras (reducción de costos, manejo de precios, relaciones con proveedores, cantidad requerida), gestión de inventarios (control y monitoreo, existencias y manejo de stocks) y distribución (transporte, tiempo, procesamiento de pedidos, almacenamiento y entrega). De igual manera, la variable percepción de rentabilidad se refiere a la evaluación subjetiva que una persona o empresa tiene sobre la ganancia o beneficio que puede obtener de una determinada inversión, proyecto o actividad económica. Para dicha variable se tomó en cuenta las siguientes dimensiones con sus indicadores: percepción de rentabilidad económica (rendimiento, operatividad

y competitividad y asignación de recursos) y percepción de rentabilidad financiera (beneficios netos, perspectiva, capital social y acciones).

Asimismo, el problema general que orientó el estudio fue: ¿Qué relación existe entre los procesos logísticos y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023? A continuación, se menciona el contenido de los capítulos que componen el presente trabajo:

En el primer capítulo, se describió el planteamiento del problema, en el cual, se explicó la realidad problemática del estudio, dando a conocer acerca de los procesos logísticos y la percepción de rentabilidad ya sea a nivel global, nacional y dentro de la empresa estudiada. Además, se mencionó el problema general y específicos, así como la justificación, las limitaciones que ha habido al realizar el estudio y la viabilidad para su realización.

En el segundo capítulo, se explicó el marco teórico, el cual contiene los antecedentes tanto internacionales como nacionales del estudio; de igual manera, en las bases teóricas se describieron los conceptos relacionados con las variables procesos logísticos y percepción de rentabilidad. Asimismo, se plasmaron las definiciones de las dimensiones de cada variable, considerando la gestión de compras, gestión de inventarios y distribución para la variable procesos logísticos y del mismo modo, percepción de rentabilidad económica y percepción de rentabilidad financiera para la percepción de rentabilidad. Además, se desarrolló los objetivos tanto general como específicos y la formulación de la hipótesis general y específicas del estudio.

En el tercer capítulo, se detalló el diseño metodológico que fue no experimental, transeccional, correlacional-causal, con alcance correlacional y de enfoque cuantitativo; de igual forma, la población y muestra fue censal con la participación de 16 colaboradores de la empresa evaluada. Además, se plasmó la operacionalización de variables, incluyendo la técnica de recolección de datos que fue la encuesta y como instrumento el cuestionario estructurado diseñado con la escala Likert y conformado por 20 ítems. La técnica para el procesamiento y análisis de datos se realizó por medio de la estadística descriptiva e inferencial y se usó el software JASP versión 0.17.1 para poder procesar los datos obtenidos. Por último, se llevó a cabo el desarrollo de los aspectos éticos del estudio.

En el cuarto capítulo, se plasmaron los resultados descriptivos (el perfil de los participantes del estudio), que se pudo llevar a cabo por medio del uso de tablas; de igual manera, se desarrollaron los resultados inferenciales a través de la prueba de normalidad, por lo cual, se aplicó la prueba de Shapiro-Wilk debido al tamaño de la muestra que fue reducido. Por último, se realizó el contraste de la hipótesis general y específicas, poniéndose a prueba mediante la correlación Rho de Spearman para poder verificarlas.

En el quinto capítulo, se muestra la discusión de los resultados obtenidos, así que, se pudo contrastar con resultados de investigaciones de otros autores que estudiaron las mismas variables y dimensiones y que se pudieron referenciar en los antecedentes para poder realizar las comparaciones con el presente estudio; de igual manera, se desarrollaron las conclusiones y se logró confirmar la falta de relación entre las variables estudiadas, debido a que mediante el análisis de datos se obtuvo una

significancia de 0.196 y se tuvo que aceptar la hipótesis nula y rechazar la hipótesis alterna. Del mismo modo, no hubo relación entre las dimensiones gestión de compras, gestión de inventarios y distribución con la percepción de rentabilidad; y por último se redactó las recomendaciones propuestas para la empresa en estudio.

Finalmente se indicó las referencias bibliográficas, las abreviaturas y los anexos mediante el cual se plasmó la matriz de consistencia, la matriz de operacionalización, el formato del cuestionario estructurado que se utilizó y la validez del instrumento por jueces expertos.

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

En el competitivo panorama empresarial actual, la relevancia de contar con un proceso logístico altamente eficiente se ha vuelto imprescindible para empresas de todos los tamaños. Esta necesidad se fundamenta en el hecho de que, gracias a la implementación de un proceso logístico óptimo y el constante avance de la tecnología, se logra una gestión y control más efectivos de cada etapa del proceso, lo cual asegura la entrega oportuna, sin demoras ni daños, de los productos al cliente final. Esta optimización no solo implica un cumplimiento puntual, sino que también se traduce en un servicio de calidad que garantiza la plena satisfacción del cliente. Mediante la aplicación de herramientas y tecnologías avanzadas, como sistemas de gestión de inventarios en tiempo real, soluciones de seguimiento y trazabilidad, y el uso de análisis de datos y automatización, las empresas pueden maximizar la eficiencia de sus operaciones logísticas. Esto se traduce en la reducción de retrasos, la prevención de daños y una mejora general en la experiencia del cliente. En resumen, el establecimiento de un proceso logístico eficiente se posiciona como un factor crítico para el éxito empresarial al garantizar un servicio confiable, puntual y de calidad, lo cual genera una satisfacción y fidelidad duradera en los clientes.

Asimismo, los procesos logísticos tienen un papel importante en la mejora de la rentabilidad de toda organización, dado que produce un impacto favorable dentro de esta, al generar beneficios para ser rentables en el mercado nacional e internacional. De igual manera, la organización también logra beneficiarse al optimizar los tiempos de gestión de pedidos y entrega, reducir costos en cada

proceso, controlar la gestión de inventarios de manera eficiente y mejorar la distribución al cliente final.

Según Loaiza (2007), el proceso logístico es la planificación y control que se lleva a cabo de manera eficiente con los insumos, los productos terminados, la información y el inventario desde un punto de origen hasta el consumidor final, con la finalidad de poder entender y complacer una necesidad.

A nivel global, con el efecto de la globalización, el sector logístico está presente en todo el mundo, ya que los bienes y servicios producidos por las empresas pueden hacer que estos productos terminados lleguen a más mercados, de manera rápida y con menor costo, por lo cual, la logística en el mercado mundial está ganando más importancia hoy en día (Hacibektaşoğlu, 2020).

En este contexto, Osagie (2021) menciona que, el mundo gradualmente se está convirtiendo en una aldea global en la que los bienes y servicios de un país logran llegar a su destino en otro país con la ayuda de la rápida tecnología que posibilita que estos bienes lleguen en periodos cortos de tiempo y haya rapidez en los procesos logísticos de las entregas para brindar excelencia en el servicio y aumentar la rentabilidad.

En el Perú, el proceso logístico ha ido creciendo y evolucionando progresivamente gracias a la globalización y la tecnología que cada vez es más moderna, además que en la actualidad hay muchas más empresas que le dan la importancia que merece, por lo cual hacen uso de esta gestión de manera eficiente porque saben que es un gran beneficio para sus negocios al poder optimizar tiempos y reducir costos para generar mayores beneficios.

Asimismo, las empresas están invirtiendo cada vez más en tener una mejor tecnología y adquirir equipos modernos para adaptarlos en sus procesos logísticos y hacer más fácil y óptimo la gestión de pedidos, la recepción, el almacenaje de los productos terminados y la respectiva distribución en los diferentes puntos de venta.

Como expresa Karrieva (2019), existe una necesidad en toda empresa para la mejora continua del proceso logístico y para que esta tenga una ventaja competitiva puede hacer uso de la tecnología en la logística con estrategias para minimizar los costos logísticos de forma general, optimizar la transportación de los productos, tener una mejor calidad de los servicios logísticos y planificar estrategias de gestión de información para las operaciones logísticas.

La empresa estudiada ha experimentado un crecimiento significativo en el mercado peruano durante los últimos 14 años. Al dedicarse a la importación de productos naturales, ha logrado establecer relaciones comerciales sólidas con proveedores internacionales y ha sido capaz de satisfacer la demanda de productos naturales en el país; uno de los aspectos destacados de la empresa es la mejora continua en su proceso logístico. A lo largo de los años, han implementado cambios y ajustes que han llevado a una mayor eficiencia en cada etapa del proceso, desde la recepción de los productos en el almacén hasta la entrega a los clientes finales; estas mejoras han permitido reducir los tiempos de espera, optimizar los recursos utilizados y minimizar los errores en el manejo de la mercancía. Sin embargo, a pesar de los avances realizados, la empresa ha enfrentado algunas complicaciones que han afectado su desempeño; estas dificultades han generado retrasos en los pedidos y, en consecuencia, han provocado una disminución en las ventas durante ciertos meses. Estos retrasos pueden deberse a diversos factores, como problemas

en el transporte de los productos, demoras en la tramitación aduanera o problemas de comunicación con los proveedores. Estos contratiempos no solo resultan en una pérdida de tiempo, sino también en una pérdida económica para la empresa, lo que afecta negativamente su rentabilidad.

Es importante destacar que la empresa ha reconocido estos desafíos y está trabajando activamente para resolverlos. Han implementado medidas correctivas y han establecido planes de acción para abordar las complicaciones identificadas. Estas acciones incluyen la búsqueda de nuevos proveedores confiables, la mejora en la gestión de la cadena de suministro y la optimización de los procesos de comunicación interna y externa. A pesar de las dificultades, la empresa ha logrado mejorar gradualmente su rentabilidad en los últimos meses, según la percepción de los propios colaboradores. Esto puede atribuirse a las acciones tomadas para abordar los problemas logísticos y a la implementación de estrategias comerciales efectivas. Además, la empresa ha demostrado un compromiso continuo con la mejora de sus operaciones y la satisfacción del cliente, lo que ha contribuido a fortalecer su posición en el mercado. Para mantener esta tendencia positiva y garantizar un crecimiento sostenible, la empresa debe seguir evaluando constantemente su proceso logístico y buscar oportunidades para optimizarlo aún más. También es fundamental mantener una comunicación estrecha con los proveedores y clientes, para anticipar y resolver cualquier problema que pueda surgir. Al hacerlo, la empresa estará en mejores condiciones de aprovechar su experiencia de 14 años en el mercado peruano y seguir siendo competitiva en la importación de productos naturales.

El presente trabajo de investigación tiene como propósito, estudiar acerca del proceso logístico actual y cómo este guarda relación con la rentabilidad percibida por parte de los propios colaboradores de la empresa importadora; de igual manera, se buscarán alternativas de mejora que ayuden a que esta pueda mejorar sus condiciones en sus procesos logísticos y tener mayores beneficios rentables para seguir manteniéndose en el mercado.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Qué relación existe entre los procesos logísticos y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023?

1.2.2. Problemas específicos

¿Qué relación existe entre la gestión de compras y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023?

¿Qué relación existe entre la gestión de inventarios y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023?

¿Qué relación existe entre la distribución y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023?

1.3. Justificación de la investigación

El estudio se justificó a nivel teórico, debido a que servirá de fuente de información confiable tanto para la empresa como para el sector académico. De

igual manera, la autora pudo plasmar sus conocimientos obtenidos académicamente a lo largo de toda su carrera en el presente estudio, que servirá de referencia para futuros estudiantes universitarios que desean investigar las variables procesos logísticos y percepción de rentabilidad, aportándoles nuevos conocimientos con información fiable que los ayudarán en su formación académica y profesional.

Asimismo, se justificó a nivel práctico por su enfoque en el estudio de los procesos logísticos de una empresa importadora de productos naturales en el distrito de Miraflores (Lima-Perú) y su relación con la percepción de rentabilidad; además de examinar esta relación, se busca proporcionar información fiable que pueda servir de ayuda en la toma de decisiones y obtener beneficios tangibles para la empresa. A través del análisis detallado de los procesos logísticos, se identificarán áreas de mejora y oportunidades para optimizar la eficiencia operativa, reducir costos y mejorar la rentabilidad; esto se logrará proponiendo recomendaciones específicas, como el establecimiento de acuerdos con proveedores de transporte confiables y eficientes, la implementación de tecnologías de gestión de almacenes y sistemas automatizados para el control de inventario, y la mejora de la experiencia del cliente a través de un seguimiento de pedidos más efectivo y una comunicación ágil. La implementación de estas mejoras no solo contribuirá a una mayor satisfacción del cliente y retención, sino también a un aumento en las ventas y, en última instancia, a una mejora en la rentabilidad de la empresa importadora de productos naturales objeto de estudio.

Finalmente, se justificó a nivel metodológico porque en la presente investigación se aplicó el enfoque cuantitativo por medio de encuestas, por lo que

se pudo recolectar y recopilar información clara y confiable para analizarla; y con tales resultados obtenidos aportar información nueva y más acertada.

1.4. Limitaciones de la investigación

Esta investigación tuvo limitaciones como el no contar con la plena autorización y permiso por parte de la empresa estudiada, por lo tanto, no se pudo hacer el debido uso del nombre de la empresa y fue confidencial por seguridad.

De igual manera, una de las limitaciones significativas de este estudio se relaciona con la variable percepción de rentabilidad utilizada para evaluar el desempeño financiero de la empresa importadora de productos naturales en el distrito de Miraflores. La falta de acceso a la información contable de la organización impidió la obtención de datos financieros objetivos y precisos sobre la rentabilidad. En su lugar, se recurrió a la evaluación de la rentabilidad basada en la percepción de los colaboradores involucrados en los procesos logísticos de la empresa.

Es importante reconocer que el acceso a la información contable habría brindado una perspectiva más sólida y cuantitativa de la rentabilidad de la empresa. Los estados financieros y los indicadores financieros específicos podrían haber proporcionado datos concretos sobre los ingresos, los costos y los márgenes de beneficio, lo que habría permitido una evaluación más precisa de la rentabilidad y una comparación objetiva con otros períodos o empresas similares.

La limitación de basarse en la percepción subjetiva de los colaboradores podría haber introducido sesgos y subjetividades en los resultados. Las opiniones de los colaboradores pueden estar influenciadas por factores personales, percepciones individuales de éxito o fracaso, o incluso por la falta de conocimiento

profundo de la situación financiera de la empresa. Esto podría haber afectado la precisión y la objetividad de la evaluación de la rentabilidad. La falta de acceso a la información contable podría haber restringido la capacidad de obtener una imagen completa y precisa de la rentabilidad de la empresa importadora.

A pesar de estas limitaciones, es importante destacar que la variable percepción de rentabilidad fue abordada de manera rigurosa y se utilizaron métodos y herramientas adecuadas para su medición. Además, el enfoque en la percepción de los colaboradores proporciona una visión complementaria y valiosa del rendimiento financiero de la empresa. Sin embargo, es necesario reconocer que obtener acceso a la información contable en futuras investigaciones podría enriquecer aún más los resultados y brindar una perspectiva más objetiva y precisa de la rentabilidad de la empresa importadora de productos naturales en el distrito de Miraflores.

1.5. Viabilidad de la investigación

El estudio fue viable, dado que, hay información teórica confiable de libre acceso para poder alcanzar los objetivos establecidos. Además, se dispuso de todos los recursos económicos y materiales indispensables para la viabilidad del estudio y hubo la facilidad para la realización, recolección y recopilación de las encuestas a los colaboradores de la empresa.

CAPITULO II: MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Internacionales

Arteaga (2019) elaboró un estudio que tuvo la finalidad de examinar la variable cadena de valor del proceso logístico en los negocios de floricultura en Cundinamarca (Colombia), dicha investigación fue de carácter descriptivo, no experimental, tipo transeccional y de instrumento usó cuestionarios para la recolección de información viable; además, se aplicó el censo poblacional como muestra con 132 personas dentro de los cuales se encontraron proveedores, clientes (gerentes operativos) y empleados. Mediante los resultados que se obtuvieron, el autor concluyó que fue viable establecer la cadena de valor de los procesos logísticos con una propia estructura, que estuvo conformada por actividades esenciales de apoyo, utilizando lineamientos estratégicos para destinar esfuerzos de estos negocios hacia la creación de valor. Asimismo, el autor sugirió que todo negocio cuente con una cadena de valor en los procesos logísticos en su plan de negocio, con el fin de controlar y monitorear el desempeño logístico y direccionar los esfuerzos hacia la creación de valor. Este antecedente respalda y enriquece el análisis de los procesos logísticos y su relación con la rentabilidad en la tesis, proporcionando perspectivas relevantes y recomendaciones prácticas para mejorar el desempeño logístico y la creación de valor, aspectos de vital importancia para la empresa objeto de estudio.

Jaramillo y Tigrero (2019) desarrollaron un estudio en la empresa exportadora Empacreci S.A. en Ecuador, con el fin de poder analizar los procesos logísticos y su incidencia en la exportación. Para la respectiva recopilación de datos usaron un diseño no experimental, transversal y cualitativo, además hicieron uso de instrumentos como las entrevistas a profundidad a los representantes del área de la empresa estudiada y la muestra fue de 3 profesionales involucrados en el área de producción, exportación y logística. Las autoras concluyeron que los entrevistados recomendaron tener un modelo logístico de exportación para evitar inconvenientes y retrasos en las entregas de los productos y que este garantice la planificación de cada proceso a realizarse, además de la propuesta de implementar un buen sistema ERP. En general, este antecedente proporciona información valiosa sobre las consideraciones logísticas en el contexto de la exportación, que puede enriquecer la comprensión de los procesos logísticos y su impacto en la rentabilidad de una empresa, temática alineada con el interés de la presente investigación.

Barczak et al. (2020) ejecutaron un estudio en Polonia con el propósito de poder determinar cómo impactaban los factores impredecibles en la estructura de incertidumbre de los procesos logísticos, por lo cual utilizaron un enfoque cuantitativo para el análisis de los resultados e hicieron uso de encuestas realizadas con el método Delphi y seleccionaron una muestra de 40 colaboradores con experiencia en el tema de la logística, 10 con título de profesor, 10 con doctorado, 10 gerentes de logística y 10 empleados. Los autores concluyeron que los factores

impredecibles influyeron en la estructura de incertidumbre en la gestión de los procesos logísticos en términos de calidad, costos y tiempo. Por último, los autores destacaron que fue importante prestar atención al tema de las tecnologías digitales en la reducción de la incertidumbre, pero a causa del tema complejo fueron excluidos del estudio debido a la necesidad de mantener claras las condiciones. Este antecedente aporta información valiosa sobre los factores impredecibles y su influencia en la estructura de incertidumbre de los procesos logísticos. Sus conclusiones y recomendaciones subrayan la importancia de manejar adecuadamente estos factores para garantizar la eficiencia y la rentabilidad en los procesos logísticos. Además, resalta la necesidad de considerar el papel de las tecnologías digitales en la reducción de la incertidumbre logística.

Aguilera (2021) planteó una investigación en Ecuador sobre la empresa Avidigital para poder crear un proceso logístico y aumentar la satisfacción de los clientes; asimismo, generar en dicha organización un mayor crecimiento y rentabilidad. Los métodos que el autor utilizó fueron por medio de encuestas que realizó para medir el grado de satisfacción, con una muestra de 382 clientes. El autor concluyó, por medio de los resultados obtenidos, que pudo corroborar que la insatisfacción de los clientes y las pocas ventas eran afectadas por la falta de procesos logísticos en la empresa en mención; del mismo modo, señaló que se debería contar con procesos tanto estratégicos como operativos para tener beneficios positivos en la imagen de la empresa. Este antecedente es relevante porque refuerza la importancia de contar con procesos logísticos sólidos para

garantizar la satisfacción de los clientes y lograr un crecimiento rentable. Proporciona evidencia adicional de la relación entre los procesos logísticos, la satisfacción del cliente y los resultados financieros, lo cual respalda la importancia de investigar y mejorar los procesos logísticos en la presente tesis.

Rojas et al. (2021) elaboraron una investigación en la empresa Boing Global S. de R.L. en Colón (Panamá) que tuvo como fin mejorar el proceso logístico de despacho de los productos debido a que la empresa tuvo inconvenientes con el despacho de estos, dado que el 40.85% no llegaron a los clientes en la fecha establecida, tuvieron una falta con los compromisos pactados y generaron así sanciones que afectaron en la rentabilidad de la empresa, por lo cual recopilamos información de los datos de todos los despachos del año 2019 para la investigación y propusieron el software Beetrack para el manejo de indicadores logísticos. Los autores concluyeron que los retrasos fueron generados debido a que no contaron con una herramienta eficiente que proporcione información real y ayude adecuadamente en la toma de decisiones y estimaron que mediante el Beetrack la empresa podría contar con reportes y datos fiables que contribuyeran en la toma de decisiones e identificaran los fallos en el despacho, por lo cual esperarían tener un mejor servicio para evitar quejas y multas por los retrasos, disminuyendo el impacto en el nivel económico y logístico de la empresa. En síntesis, este antecedente resalta la importancia de contar con herramientas eficientes y sistemas de información confiables en los procesos logísticos para evitar problemas en el despacho de

productos y proteger la rentabilidad de la empresa. Su relevancia radica en proporcionar una experiencia práctica y una recomendación específica que podría ser replicada en la empresa importadora objeto de estudio para mejorar la eficiencia logística y la rentabilidad.

2.1.2. Nacionales

Carbonell (2019) llevó a cabo una investigación en la empresa Integral Export S.A.C. acerca de los costos logísticos y rentabilidad entre los años 2017 y 2018 en el distrito de Lima, con el objetivo de poder determinar el impacto entre ambas variables. El estudio ejecutado tuvo un enfoque cuantitativo, tipo correlacional, con diseño no experimental y como muestra consideró la data económica y financiera del café en el periodo determinado que proporcionó la empresa. Con tales resultados obtenidos en la investigación, el autor concluyó que existía una relación causal entre ambas variables; además, indicó que el impacto de estas representaba en las ventas totales más del 50% del valor en dichos periodos analizados. En suma, este antecedente proporciona evidencia concreta de la relación entre los costos logísticos y la rentabilidad en una empresa similar en Lima. Su relevancia radica en respaldar la importancia de investigar y mejorar los procesos logísticos, destacando cómo los costos logísticos podrían impactar en la rentabilidad.

Gamero y Rojas (2020) en su estudio evaluaron la influencia de las variables gestión logística y rentabilidad de los negocios que comercializan materiales eléctricos en Lima. El estudio tuvo un enfoque cuantitativo y cualitativo con alcance explicativo, tipo correlacional y los instrumentos

empleados fueron encuestas y entrevistas en profundidad; además, consideraron una muestra de 33 empresas del mismo rubro. Los resultados obtenidos por los autores determinaron que sí había una influencia entre las variables y recomendaron tener cuidado con la gestión logística ya que esta incidía significativamente en la rentabilidad de la organización estudiada. Este antecedente respalda la relación entre la gestión logística y la rentabilidad en el rubro de materiales eléctricos en Lima. Su relevancia radica en respaldar la importancia de investigar y mejorar los procesos logísticos, destacando cómo la gestión logística puede influir significativamente en la rentabilidad de una empresa. Los resultados obtenidos en el estudio proporcionan una base sólida para posteriores argumentos y recomendaciones relacionadas con los procesos logísticos y la rentabilidad.

Samanamud (2020) planteó un estudio con el objetivo de identificar la relación entre las variables procesos logísticos y costos de importación, con el fin de aumentar la rentabilidad en la empresa Centro de Distribución para el Perú S.A.C. en Lima. Los métodos que utilizó dicho estudio fue un enfoque cuantitativo, con alcance correlacional-causal y diseño no experimental, tomando como muestra las importaciones de dicha empresa de repuestos de automóviles para la recolección de datos. Luego del debido análisis, el autor concluyó mediante los resultados que las variables se relacionaban entre sí, ya que estos se asociaban a la forma en que fueron traídos del exterior, ya sean por las diferentes vías; además, de que al importar 18 repuestos de automóviles vía marítima les generaba menores

costos de importación y precios competitivos, aumentando así la eficiencia y rentabilidad en la empresa. La importancia de este antecedente radica en que respalda la relación entre los procesos logísticos, los costos de importación y la rentabilidad en una empresa similar en Lima. Los resultados obtenidos en el estudio proporcionan evidencia concreta de cómo los procesos logísticos pueden afectar los costos de importación y, a su vez, influir en la rentabilidad de una organización. Al considerar este antecedente, se pudo fortalecer el argumento sobre la importancia de analizar y mejorar los procesos logísticos en la investigación, resaltando cómo una gestión eficiente puede contribuir a reducir los costos de importación y aumentar la rentabilidad.

Ostolaza (2021) llevó a cabo un estudio en compañías del Callao especializadas en la exportación de productos derivados de zinc, con el propósito de evaluar la conexión existente entre los constructos proceso logístico y rentabilidad. Esta investigación adoptó un enfoque cuantitativo, de naturaleza correlacional, con un diseño no experimental; la compilación de data se llevó a cabo a través de la observación documental y encuestas que se realizaron utilizando un cuestionario diseñado utilizando la escala de Likert. El estudio tuvo como muestra a 36 trabajadores de seis empresas exportadoras destacadas en dicha provincia. Finalmente, el autor luego de que planteó los resultados, concluyó que fue afirmativa la relación directa entre las variables indicadas y tuvo una mejora en la rentabilidad del 10 al 20%; además, destacó que toda empresa que exporte y cuente con una mejor gestión logística, experimentaría un aumento en la rentabilidad tanto

de las ventas como de la inversión y el capital. Su relevancia radica en respaldar la importancia de investigar y mejorar los procesos logísticos, resaltando cómo una gestión logística mejorada puede tener un impacto positivo en la rentabilidad tanto de las ventas como de la inversión y el capital en una empresa.

Paricahua (2022) desarrolló un estudio acerca de la gestión logística y rentabilidad de las compañías constructoras que se encuentran ubicadas específicamente en la provincia de San Román (departamento de Puno). Dicha investigación tuvo como fin el poder estudiar la relación entre ambas variables, por lo cual el método de estudio fue cuantitativo, correlacional y no experimental. La muestra recopilada y analizada por cuestionarios tipo escala Likert fue de 53 empresas del mismo rubro. Con tales resultados obtenidos, el autor concluyó que se relacionaban directamente dichas variables, determinando así que mientras mejor fuera el control de inventario y compras, mayor sería la rentabilidad generada. Este antecedente respalda la relación entre la gestión logística y la rentabilidad en las compañías constructoras de la provincia de San Román. Su relevancia radica en respaldar la importancia de investigar y mejorar los procesos logísticos, destacando cómo una gestión logística eficiente puede tener un impacto positivo en la rentabilidad de una organización.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Procesos logísticos

Bartes (2007) señala que el proceso logístico es necesario ya que hoy en día está funcionando en muchas empresas importantes, por lo cual,

este proceso es cada vez más poderoso y conecta mercados internacionales, además que al gestionarlo de manera correcta ofrece a las empresas la oportunidad de poder diferenciarse de otras iguales en el mismo mercado y de esta manera ganar a los clientes finales.

Švarc (2020) menciona que la logística ha tenido un buen desarrollo en la historia y ha ido cambiando lentamente sus objetivos, por lo tanto en la actualidad esta principalmente dirigida a los clientes y a su satisfacción, por esa razón es indispensable en toda organización y en diversas industrias ya que esta puede obtener una ventaja competitiva al tener una gestión eficaz; asimismo, con la contribución de la tecnología y equipos modernos y los sistemas de información eficientes, se optimiza de la mejor manera posible los procesos empresariales, incluyendo los logísticos (Solari-Legua y Salas-Canales, 2023).

Pavlišová (2022) considera que el proceso logístico es fundamental en toda empresa porque el comercio exterior crece cada vez más rápido gracias al desarrollo de la globalización y las nuevas tecnologías; además, hoy en día la clave del éxito es reaccionar a las tendencias lo más rápido posible e identificar las necesidades de los consumidores. Uno de los factores principales es también mantener la cantidad óptima de materiales para que las empresas no tengan grandes excedentes ni escasez de material que puede conllevar a que se quede sin espacio para otras materias primas necesarias e importantes.

Yousefi y Tosarkani (2022) indican que actualmente las empresas se esfuerzan por gestionar de manera efectiva sus procesos logísticos para

poder obtener una ventaja competitiva que los hagan destacar y ser diferentes a la competencia y; además, aumentar la satisfacción de los clientes. Asimismo, resaltan que los gerentes deben analizar los riesgos que puede haber en estos procesos y de esta manera poder aplicar medidas de mitigación de riesgos que permitan reducir el impacto negativo en la integridad del sistema para mejorar la sostenibilidad y desempeño de los procesos logísticos en la empresa. Por último, si se aplica tecnología más moderna en la planificación de la mitigación de riesgo puede ayudar a los gerentes a aumentar el rendimiento de los procesos logísticos.

Golinska-Dawson et al. (2023) dan a conocer que los procesos logísticos permiten que los bienes se muevan a través de la cadena de suministro hasta llegar al cliente final; asimismo, indican que las empresas hoy en día utilizan más soluciones digitales para que de esta manera puedan servir de apoyo en sus procesos logísticos.

2.2.1.1. Gestión de compras

Paulišová (2015) indica que debido al entorno cada vez más competitivo en el mercado actual es importante reducir costos, lo que precisamente es posible gracias a una adecuada gestión de compras a través de los precios bajos de los insumos adquiridos del proveedor y una gestión estratégica eficaz, asegurando de esta manera un mayor beneficio en el negocio.

Kapisch et al. (2016) explicaron que la gestión de compras es una operación del área de materiales sumamente fundamental en la cadena de suministro. Asimismo, mencionan que esta gestión hace

que toda organización de manera continua produzca sus productos y no tengan retrasos en la producción al tener el suministro de materias primas a tiempo, con la calidad y cantidad requerida haciendo el proceso más eficiente.

Budiman (2022) refiere que una de las principales tareas del área de compras es adquirir insumos en la calidad, cantidad, precio y plazo adecuado. De igual manera, destaca que el área de compras no solo se dedica a comprar los insumos y materiales que necesita la empresa, sino que además debe tener en cuenta la importancia de mantener la calidad de estos en el proceso de compra para cumplir con los requisitos del proceso de producción; y también menciona que es fundamental mantener una buena relación con los proveedores y haya cooperación mutua en caso de que surjan problemas. Asimismo, resalta que hoy en día varias empresas ya establecidas sitúan el servicio de los proveedores como otro factor clave al considerar la calidad de sus compras.

Oddo (2022) menciona que para garantizar que el área de compras aporte el máximo valor en una empresa, esta realiza varias actividades, algunas de las más destacadas son: la compra, negociación y contratación; identificar y seleccionar proveedores; medir constantemente el desempeño y mejora de los proveedores; investigar el mercado de suministro; y desarrollar sistemas de adquisición de bienes.

2.2.1.2. Gestión de inventarios

Priniotakis y Argyropoulos (2018) consideran que la gestión de inventarios es un proceso por el cual se controla y monitorea el nivel de inventario y asegura el adecuado reabastecimiento de bienes para que de este modo la demanda del cliente esté satisfecha; además que en la actualidad, es considerada uno de los componentes clave de toda la gestión de la cadena de suministro y puede afectar en su mayor parte al rendimiento de un negocio, dado que, al tener mucho inventario afecta la liquidez de esta y reduce el capital de trabajo y tener menos encamina a la pérdida de ventas y la falta de existencias, lo que puede ocasionar obtener menores ganancias en la empresa.

Muller (2019) menciona que todos los negocios cuentan con una gestión de inventario y esta incluye el Work In Progress o WIP, los suministros que se utilizan en cada operación, las materias primas y los productos terminados.

Mashayekhy et al. (2022) indican que el objetivo de la gestión de inventario es optimizarlo por medio de la planificación y control de los niveles de inventario para poder mejorar el servicio al cliente y garantizar su satisfacción y disminuir los costos de inventario.

Munyaka y Yadavalli (2022) afirman que la gestión de los inventarios es importante para que toda empresa tenga un buen desempeño y éxito operativo, además que es una operación crítica de la cadena de suministro y en los procesos de fabricación, debido a que este proceso utiliza insumos para producir productos terminados que

serán almacenados como existencias o vendidos. Asimismo, destacan que durante los últimos 100 años la práctica del inventario ha podido evolucionar y modernizarse, debido que al pasar de los tiempos hay nuevas tecnologías y herramientas que se pueden utilizar para respaldar el proceso, por ejemplo, años atrás en la antigüedad los comerciantes contaban los bienes vendidos todos los días, hasta que los griegos y egipcios pudieron desarrollar nuevas técnicas eficientes como sistemas contables y registros de inventarios más precisos, en comparación con la práctica ineficaz e imprecisa de tomar notas escritas a mano, por lo cual, actualmente la práctica de gestión de inventarios ha evolucionado a lo largo de los años y estos avances aumentan la satisfacción del cliente y reducen aún más los costos en la empresa.

Nirmala et al. (2022) dan a conocer que los sistemas de gestión y control de inventarios son una parte muy fundamental y posiblemente es el recurso más importante y significativo en toda empresa o negocio, debido a que puede asegurar el buen funcionamiento de este, por lo tanto, los encargados de esta área deben ser precisos, eficaces y proactivos. Indican que esta gestión es la práctica de controlar, supervisar, almacenar y usar las cantidades adecuadas de materiales que una empresa va a utilizar para que pueda producir los productos que van a vender y tienen como objetivos: reducir el costo total de las operaciones logísticas mientras se cumple con los requisitos de servicio al cliente, incrementar la rentabilidad de

todo negocio por medio de una mejor gestión de inventarios y pronosticar el impacto de las políticas del negocio en los niveles de inventario.

Demizu et al. (2023) argumentan que la gestión de inventarios es un proceso fundamental en la cadena de suministro para mantener niveles adecuados de existencias, determinando así la cantidad de pedidos apropiados para satisfacer la demanda del producto durante todo el periodo de ventas, además la optimización de los pedidos diarios evita el incremento de los costos de inventario debido al exceso de pedidos y la pérdida de ventas por falta de existencias.

2.2.1.3. Distribución

Castellanos (2009) refiere que la distribución es un conjunto de operaciones que son importantes para poder desplazar los productos desde el lugar o país donde se ha fabricado o producido hasta las instalaciones del país destino o el usuario final, en el tiempo justo, al mínimo costo y con la calidad óptima.

Eslava (2017) asevera que la distribución es la disciplina dentro de la logística que se dedica a la movilización, almacenamiento y procesamiento de los pedidos de los productos finales de una compañía. Esta función despliega un papel fundamental en términos de costos, ya que absorbe aproximadamente dos tercios de los costos logísticos totales. De igual manera, menciona que la distribución se encarga de los productos semiterminados o terminados que el negocio ofrece para la venta y no tiene intención de hacer ningún

procesamiento adicional. Asimismo, los productos son responsabilidad de la logística desde el momento en que finaliza la fabricación hasta que se entregan al comprador final, por ello, se deben mantener en almacenes de fábrica y transportar a almacenes locales o directamente ser entregados al consumidor final.

Rushton et al. (2022) y Malpartida-Maíz et al. (2023) enfatizan que la distribución y la logística no solo es el transporte de los productos de un punto de almacenamiento a otro y que hay dentro diferentes elementos que pueden variar según la empresa y el tipo de operación. Estos elementos como los canales de distribución, servicio al cliente, niveles de stock, transporte, clasificación de pedidos, reposición de inventarios, entrada de mercancías, procedimientos de seguimiento, rutas primarias, horarios de entrega, entre otros, se relacionan, deben planificarse en el tiempo adecuado y van juntos para producir una distribución y operación logística eficiente. De igual manera, mencionan que tanto la distribución como la logística se fundamentan en el concepto de consolidación de carga y la selección de la unidad de carga, tanto en términos de tipo como de tamaño, debido a que es importante para la eficiencia de las operaciones logísticas. Por lo cual, elegir el tipo y tamaño de la unidad de carga conveniente puede disminuir el tiempo de carga y descarga, reducir la frecuencia del movimiento de mercadería y mejorar la seguridad y la protección del producto para que este llegue en buen estado al cliente final.

2.2.2. Percepción de rentabilidad

Hermuningsih (2014) afirma que la rentabilidad es primordial en todo negocio, porque de esta manera puede mantener sus operaciones a largo plazo y refleja las perspectivas de la empresa. De este modo, todo negocio siempre trata de incrementar su rentabilidad, asegurando la continuidad de la empresa en el mercado actual, reflejando la eficacia de la gestión. Asimismo, el índice de rentabilidad se puede indicar por medio del rendimiento del capital, el rendimiento de los activos, el poder adquisitivo y el margen de beneficio.

Chu (2020) indica que la rentabilidad en una empresa mediana o grande es una métrica que relaciona el margen de beneficio de un negocio con el capital que se ha invertido. Si un negocio no lo puede generar, este no podrá sobrevivir a largo plazo en el mercado. También menciona, que la rentabilidad está ligada directamente al riesgo, puesto que, al aumentarla, el riesgo también aumenta.

Santiesteban et al. (2020) explican que la definición de la rentabilidad se ha usado de diversas maneras y ha tomado diferentes formas, además de que este indicador es primordial y vital para medir el éxito de una empresa. En este contexto, consideran que la rentabilidad continúa compuesta con una política de dividendos prudente, conduce al fortalecimiento de los activos y esto lleva a la empresa no solo a aumentar el número de actividades, sino que además ganar una mayor cuota de mercado, mejorar su posicionamiento en la industria y hacer un mejor uso de las ventajas competitivas actuales.

Al Omairi y Matriano (2022) señalan que la rentabilidad es la capacidad que tiene una empresa para generar más dinero del que gasta y a partir de los bienes y servicios que proporciona a los clientes puede pagar a sus empleados y ejecutar su propia producción de productos. Asimismo, mencionan que los costos directos son los gastos pagados directamente para crear bienes y servicios y los costos indirectos son definidos como la depreciación y bienes que no intervienen en los procesos de producción.

Nwafor et al. (2022) argumentan que toda empresa que es rentable, son más novedosas, crean valor, son responsables socialmente, contratan personas y benefician a la economía en general mediante el pago de impuestos. Asimismo, destacan que la rentabilidad es una de las áreas más importantes en las que se centran los inversores a la hora de analizar la viabilidad de una empresa.

Con todo lo anteriormente especificado, se puede afirmar que la percepción de rentabilidad es una valoración subjetiva de la probabilidad de que una inversión, una empresa o una decisión financiera determinada sea rentable; se basa en la interpretación que hace una persona u organización de la información disponible, que puede incluir datos financieros, tendencias del mercado, opiniones de expertos y experiencias pasadas. La percepción de la rentabilidad puede verse influida por diversos factores, como la tolerancia al riesgo, los objetivos financieros y los prejuicios personales. Por ejemplo, alguien con aversión al riesgo puede percibir una inversión concreta como menos rentable que alguien dispuesto a asumir un riesgo mayor. Del mismo modo, alguien que haya

tenido éxito en el pasado en un sector concreto puede percibir una nueva aventura empresarial como más rentable que alguien que sea nuevo en el sector. En última instancia, la percepción de la rentabilidad puede influir en la decisión de una persona u organización de perseguir o evitar una oportunidad concreta. Si alguien percibe una oportunidad como muy rentable, es más probable que invierta tiempo y recursos en ella. Por otra parte, si alguien percibe una oportunidad como poco rentable o de alto riesgo, puede optar por evitarla. Es importante señalar que la percepción de la rentabilidad no siempre es exacta y puede estar influida por sesgos cognitivos. Por lo tanto, es esencial realizar un análisis exhaustivo y la diligencia debida antes de tomar cualquier decisión financiera importante.

2.2.2.1. Percepción de rentabilidad económica

Bravo (2003) argumenta que la rentabilidad económica mide el retorno que ha proporcionado la empresa independientemente de cómo ha sido financiado, por lo que es importante destacar y tener en cuenta que después de un momento dado, lo que genera la empresa se convierte en utilidad y desde un punto de vista económico es el beneficio que tendrá la empresa.

Guerrero (2017) da a conocer que la rentabilidad económica es la ganancia que genera los activos de un negocio por cada unidad monetaria invertida.

Hadu et al. (2023) mencionan que la rentabilidad económica (ROA) es uno de los ratios que se usa para medir la capacidad de un negocio para generar ingresos a partir de los activos que utiliza. Este

es fundamental para que la gerencia evalúe la eficiencia de la gestión del negocio mientras administra todos los activos de esta misma. El nivel de ROA depende de cómo la gerencia administra los activos de la empresa y muestra el nivel de eficiencia de las operaciones de la misma. Cuanto mayor sea el beneficio de la empresa, más inversores estarán interesados en las acciones, los activos o el capital de una empresa en particular. Cuanto más interés tengan los inversores en invertir su capital, mayor será el precio de las acciones y, por lo tanto, mayor será el beneficio de las acciones.

A partir de todo lo previamente expuesto, se puede establecer que la percepción de rentabilidad económica se refiere a la evaluación subjetiva que una entidad o individuo lleva a cabo en relación con la sustentabilidad financiera y el potencial de generar utilidades de una inversión, proyecto o actividad económica. Esta percepción se basa en factores como los datos financieros y proyecciones, así como en consideraciones subjetivas y emocionales como la confianza en la gestión, el riesgo percibido, las expectativas del mercado, la situación económica general y otros elementos que influyen en la toma de decisiones. Es importante mencionar que la percepción de rentabilidad económica puede variar de una persona a otra, ya que está influenciada por las experiencias pasadas, los conocimientos previos y los sesgos individuales. Asimismo, la percepción de rentabilidad económica puede cambiar a lo largo del tiempo a medida

que se obtienen nuevos datos o se producen cambios en el entorno económico.

2.2.2.2. Percepción de rentabilidad financiera

Sánchez (2002) refiere que la rentabilidad financiera también conocida como ROE es una medida más cercana a los socios que la rentabilidad económica, además que es un indicador que la gerencia busca aumentar en beneficio de los propietarios y si esta es escasa hay una restricción en el acceso a nuevos fondos propios.

Hermuningsih (2016) enfatiza que la rentabilidad financiera o ROE muestra la capacidad del negocio para conseguir beneficios netos para los accionistas y mientras mayor sea la rentabilidad financiera, mayor será el desempeño del negocio. El incremento de la rentabilidad financiera en todo negocio representa un aumento de la eficiencia en las gestiones de las operaciones de gestión de fondos y actividades operativas para obtener ganancias, el crecimiento de esta también indica una mejor perspectiva del negocio y una mayor rentabilidad. Esto es un buen augurio para los inversores, ya que aumenta su confianza y permite a la gerencia aumentar el capital social de la empresa. Por otra parte, cuando aumenta la demanda de acciones de un negocio en el mercado, su precio de equilibrio aumenta.

Hadu et al. (2023) indican que la rentabilidad financiera (ROE) es una medida de la capacidad de un negocio para generar rendimiento sobre su capital, por lo cual, el ROE muchas veces se

denomina rentabilidad de su propio capital. Asimismo, mencionan que un ROE más alto significa un nivel más bajo de utilización de fondos externos, esto también se debe a que los negocios que tienen una alta rentabilidad dispondrán de grandes fondos internos.

Con todo lo anteriormente especificado, se puede afirmar que la percepción de rentabilidad financiera se refiere a la manera en que una persona u organización percibe e interpreta los datos financieros y los indicadores de desempeño para determinar si un proyecto o inversión es considerado rentable desde el punto de vista financiero. Implica que la persona u organización pueda analizar y valorar de manera subjetiva los factores como los ingresos, los costos, los márgenes de beneficio y la rentabilidad sobre la inversión. Además, puede involucrar consideraciones adicionales, como la estabilidad financiera, el riesgo asociado y las expectativas del mercado. Es fundamental tener en consideración que la percepción de rentabilidad financiera puede variar entre personas u organizaciones, ya que está influenciada por factores subjetivos, como el nivel de riesgo, las metas financieras individuales y las expectativas personales. Asimismo, la percepción de rentabilidad financiera puede cambiar a medida que se obtienen nuevos datos o información sobre el desempeño financiero.

2.3. Objetivos de la investigación

2.3.1. Objetivo general

Determinar qué relación existe entre los procesos logísticos y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023.

2.3.2. Objetivos específicos

Analizar qué relación existe entre la gestión de compras y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023.

Identificar qué relación existe entre la gestión de inventarios y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023.

Evaluar qué relación existe entre la distribución y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023.

2.4. Formulación de hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

Existe una relación significativa entre los procesos logísticos y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023.

2.4.2. Hipótesis específicas

Existe una relación significativa entre la gestión de compras y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023.

Existe una relación significativa entre la gestión de inventarios y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023.

Existe una relación significativa entre la distribución y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023.

CAPITULO III: DISEÑO METODOLÓGICO

3.1. Diseño de la investigación

Teniendo en cuenta a Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), el estudio aplicó un diseño no experimental porque no hubo de por medio ningún tipo de manipulación o intervención de las variables de manera intencional por parte de la investigadora; transeccional dado que el estudio recopiló los datos en un lugar, periodo y tiempo único determinado; y correlacional-causal en vista de que se determinó la relación entre las variables procesos logísticos y percepción de rentabilidad en la empresa importadora estudiada.

A continuación, se presenta la justificación que motivó la elección de dicho diseño investigativo:

1) Explicación del diseño no experimental: Se seleccionó un diseño no experimental debido a la ausencia de manipulación o intervención intencional de las variables por parte de la investigadora. El objetivo principal de la investigación consistió en determinar la relación entre los procesos logísticos y la percepción de rentabilidad en la empresa importadora estudiada. Por consiguiente, se consideró que un diseño no experimental sería el más adecuado para alcanzar dicho objetivo.

2) Justificación del diseño transeccional: Se optó por un diseño transeccional con el fin de recopilar los datos en un lugar, periodo y tiempo únicos. Esta elección se basó en la intención de obtener una visión instantánea de la relación o no entre los procesos logísticos y la percepción de rentabilidad en un contexto y momento particular. De esta manera, se permitió dicha evaluación en un marco específico.

3) Razonamiento detrás del diseño correlacional-causal: Se seleccionó un diseño correlacional-causal con el propósito de determinar la relación o no entre las variables de interés, es decir, los procesos logísticos y la percepción de rentabilidad en la empresa importadora objeto de estudio. Además, es válido mencionar que los autores Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) lo colocan de dicha manera en su obra (correlacional-causal).

3.2. Tipo

Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) consideran el término tipo como alcance, por ello, el estudio fue de alcance correlacional debido a que se buscó medir en términos estadísticos el grado de asociación o la existencia de una relación entre procesos logísticos y percepción de rentabilidad que son las dos variables estudiadas en la empresa importadora; asimismo, esto permitió primero medir supuestamente la relación, describió cada una de ellas y por último analizó y cuantificó la vinculación.

3.3. Enfoque

Como lo hacen notar Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), se utilizó el enfoque cuantitativo dado que, se trabajó con datos que se encuentran en forma de números o cifras numéricas y, además, se aplicó diferentes métodos estadísticos para la recolección y manejo de datos como la estadística descriptiva para analizar y describir los datos obtenidos mediante las tablas y gráficos estadísticos, e inferencial para la comprobación de las hipótesis planteadas en el estudio.

3.4. Población

El estudio tuvo una población definida por un total de 16 colaboradores que forman parte de la empresa importadora ubicada en el distrito de Miraflores. Estos colaboradores se encuentran distribuidos en las diferentes áreas clave de la empresa y se involucran en distintas actividades como compras, almacenamiento, gestión de inventario y transporte. Se establecieron criterios específicos para la inclusión y exclusión de los participantes en el estudio.

Los criterios de inclusión para la selección de los colaboradores fueron los siguientes: (1) ser empleados activos de la empresa importadora; (2) tener experiencia laboral mínima de un año en su área respectiva; y (3) estar directamente involucrados en las actividades relacionadas con los procesos logísticos, tales como compras, almacenamiento, gestión de inventario y transporte. Estos criterios aseguraron que los participantes tuvieran un conocimiento y experiencia suficiente en las áreas relevantes para el estudio.

Por otro lado, se aplicaron los siguientes criterios de exclusión: (1) colaboradores que se encontraban en licencia o ausentes durante el período de recolección de datos; (2) aquellos que tenían menos de un año de experiencia en su área de trabajo; y (3) colaboradores que no estaban directamente involucrados en las actividades relacionadas con los procesos logísticos. Estos criterios se implementaron para garantizar que los participantes seleccionados tuvieran la experiencia y la participación activa necesaria en los procesos logísticos de la empresa.

La aplicación de estos criterios de inclusión y exclusión permitió identificar y seleccionar a un grupo de colaboradores que cumplían con los requisitos

necesarios para representar adecuadamente la población objetivo del estudio. Esta selección aseguró que los participantes tuvieran la experiencia y el conocimiento pertinente para contribuir significativamente a la investigación y brindar una perspectiva valiosa sobre los procesos logísticos y la percepción de rentabilidad en la empresa importadora.

3.5. Muestra

De acuerdo con Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), la muestra del estudio fue por censo debido a que la población es pequeña, de modo que estuvo conformada por el total de la misma que son los 16 colaboradores involucrados en la empresa estudiada.

En cuanto a la muestra utilizada en este estudio, es importante mencionar que se optó por un muestreo por censo debido a la naturaleza de la población objetivo. La empresa importadora de productos naturales ubicada en el distrito de Miraflores (Lima-Perú) cuenta con un número reducido de colaboradores, específicamente 16 personas involucradas en el funcionamiento de la empresa. En este caso, el tamaño de la población es pequeño y accesible en su totalidad, lo que permitió realizar una investigación exhaustiva y recopilar datos de todos los individuos involucrados en los procesos logísticos. Por ejemplo, dicha razón motivó el descarte de un tipo de muestreo probabilístico; además, se recalca que si bien los resultados de este estudio se basan en una muestra específica y pueden no generalizarse directamente a otras empresas o contextos, se espera que los hallazgos proporcionen una visión significativa y valiosa para comprender los procesos logísticos y la percepción de rentabilidad en empresas similares y puedan servir como punto de partida para futuras investigaciones en esta área. Sobre el

particular, autores como Miranda-Novales y Villasís-Keever (2015) avalan que, en algunos casos, el objetivo de una investigación puede ser explorar un fenómeno en profundidad en un contexto específico, sin necesariamente buscar la generalización de los resultados.

3.6. Operacionalización de variables

Figura 1

Operacionalización de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
Variable 1: Procesos logísticos	Dimensión 1: Gestión de compras	Reducción de costos	1
		Manejo de precios	2
		Relaciones con proveedores	3
		Cantidad requerida	4
	Dimensión 2: Gestión de inventarios	Control y monitoreo	5
		Existencias	6
		Manejo de stocks	7
	Dimensión 3: Distribución	Transporte	8, 9
		Tiempo	10
		Procesamiento de pedidos	11
		Almacenamiento	12
		Entrega	13
	Variable 2: Percepción de rentabilidad	Dimensión 1: Percepción de rentabilidad económica	Rendimiento
Operatividad y competitividad			15
Asignación de recursos			16
Dimensión 2: Percepción de rentabilidad financiera		Beneficios netos	17
		Perspectiva	18
		Capital social	19
		Acciones	20

3.7. Técnicas para la recolección de datos

3.7.1. Descripción de los instrumentos

El estudio usó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario estructurado para la debida recolección de datos; asimismo, se diseñó bajo la escala de Likert, la cual tuvo las alternativas de respuesta valoradas de la siguiente manera:

5. Totalmente de acuerdo
4. De acuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
2. En desacuerdo
1. Totalmente en desacuerdo

Para garantizar la validez y la confiabilidad de las respuestas (independientemente de lo explicado en el posterior 3.7.2. de este trabajo), se administró el cuestionario de manera presencial a los participantes en un entorno controlado. Se programaron citas individuales con cada participante, donde se les presentó el propósito del estudio y se les proporcionaron instrucciones claras sobre cómo completar el cuestionario. Los participantes tuvieron tiempo suficiente para leer y responder cada pregunta de manera reflexiva. Además, se les informó que sus respuestas serían tratadas de forma confidencial y que no se revelaría ninguna información personal identificable.

3.7.2. Validez y confiabilidad de los instrumentos

El instrumento de recolección de datos utilizado en este estudio fue validado mediante el criterio de tres jueces expertos y profesionales de la

Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Científica del Sur. Estos expertos evaluaron minuciosamente el cuestionario en función de su relevancia, claridad y pertinencia para los objetivos de la investigación. Tras un análisis exhaustivo, los expertos llegaron a la conclusión de que el cuestionario era adecuado y apropiado para su aplicación en el contexto del estudio. Es importante destacar que el cuestionario no sufrió modificaciones en su contenido original, ya que los expertos consideraron que las preguntas estaban bien estructuradas y abordaban de manera adecuada las variables de interés. Por lo tanto, se consideró innecesario realizar ajustes o modificaciones adicionales, esta validación experta respalda la precisión del instrumento utilizado en el presente estudio. Los jueces fueron los que se aprecian en la siguiente tabla 1:

Tabla 1

Resumen de validez por juicio de expertos

Juez	Especialidad	Aplicable
1. Elmer Humberto Martín Pisfil Languasco	Ingeniero Industrial, Magíster en Administración de Negocios, especialista en Gestión por Procesos y Lean Six Sigma	Sí
2. Mercedes Olga Jara Avellaneda	Estadística	Sí
3. Rolando Meza Rodriguez	Negocios Internacionales	Sí

En lo que respecta a la confiabilidad, se ha decidido prescindir del convencional coeficiente alfa de Cronbach. En su posición, se ha optado por utilizar el coeficiente omega de McDonald, basándose en las

investigaciones de Ventura-León y Caycho-Rodríguez (2017). Según estos autores, el coeficiente omega de McDonald es más robusto y no está sujeto al tamaño de la muestra ni a la cantidad de ítems, lo que lo convierte en una opción superior al coeficiente alfa de Cronbach. Por su parte, Frías-Navarro (2022) refuerza lo anteriormente indicado, y añade que el coeficiente omega es más apropiado cuando se trata de datos ordinales (como es el caso de la presente investigación).

El mencionado coeficiente fue calculado por variable, como se aprecia en la siguiente tabla 2:

Tabla 2

Omega de McDonald por variable

Variable	Omega de McDonald	Nº de elementos
Procesos logísticos	0.792	13
Percepción de rentabilidad	0.763	7

3.8. Técnica para el procesamiento y análisis de datos

Para analizar los datos se llevó a cabo la estadística descriptiva e inferencial, la primera en donde se crearon las tablas de frecuencia y la segunda en donde se desarrolló la prueba de normalidad y contraste de las hipótesis; debido al tamaño de la muestra de 16 colaboradores le correspondió la prueba de Shapiro-Wilk (que apoyó a determinar el uso de una prueba paramétrica o no paramétrica) con el fin de poder validar la hipótesis; asimismo, se usó el software JASP versión 0.17.1 para procesar los datos.

3.9. Aspectos éticos

Para la realización del estudio se mantuvo la confidencialidad del nombre de la empresa respetando y protegiendo su información, además se les pidió a los colaboradores que participaron en la investigación, el correspondiente permiso y autorización para la realización de los cuestionarios, conservando el respeto, confianza y la privacidad de sus datos debido a que su información por ningún motivo fue divulgada y se mantuvo con el debido anonimato. Además, las referencias fueron citadas de manera correcta respetando los derechos de autor y cumplió con las normas estipuladas por la American Psychological Association (APA) en su séptima edición. Asimismo, se logró obtener una dispensa del Comité de Ética por parte del responsable de investigación de la carrera, lo cual implicó que el estudio no estuviese sujeto a un proceso de revisión ética de conformidad con las regulaciones establecidas.

CAPITULO IV: RESULTADOS

4.1. Resultados descriptivos

4.1.1. Perfil de participantes

A continuación, se presentan las tablas de frecuencia con los datos generales de los 16 colaboradores que participaron en la investigación.

Con respecto a la edad de los colaboradores encuestados, el 50% tenía de 40 años a menos de edad, el 31.25% entre 41 a 50 años y el 18.75% tiene más de 51 años, tal como se aprecia en la tabla 3:

Tabla 3

Edad de encuestados

Edad	Frecuencia	Porcentaje
40 años a menos	8	50.00
41 a 50 años	5	31.25
51 años a más	3	18.75
<i>Total</i>	16	100.00

En relación con el género de los colaboradores encuestados, la mayoría fueron mujeres con un 62.50% a comparación de los hombres con un 37.50%, tal como se observa en la siguiente tabla 4:

Tabla 4

Género de los encuestados

Género	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	10	62.50
Masculino	6	37.50
<i>Total</i>	16	100.00

Con respecto al grado de formación de los colaboradores encuestados en el presente estudio, el 68.75% manifestó contar con un nivel técnico, el 25% eran titulados universitarios y apenas el 6.25% tenía bachiller universitario, tal como se presenta en la tabla 5:

Tabla 5

Nivel de formación de los encuestados

Formación	Frecuencia	Porcentaje
Técnico	11	68.75
Bachiller universitario	1	6.25
Titulado universitario	4	25.00
<i>Total</i>	16	100.00

En relación con los años de experiencia en la empresa, de los 16 colaboradores encuestados, el 56.25% indicó tener de 5 a menos años, el 37.50% tenía entre 6 a 10 años y el 6.25% manifestó contar con más de 11 años, tal como se detalla en la tabla 6:

Tabla 6

Años de experiencia de los encuestados en la empresa

Experiencia	Frecuencia	Porcentaje
5 años a menos	9	56.25
6 a 10 años	6	37.50
11 años a más	1	6.25
<i>Total</i>	16	100.00

4.2. Resultados inferenciales

4.2.1. Prueba de normalidad

La decisión de considerar la prueba de Shapiro-Wilk se fundamenta en el contexto de que el tamaño de la muestra, compuesto por 16 individuos, es menor que el valor de referencia típicamente utilizado de cincuenta. La tabla 7 de la prueba de normalidad muestra que la variable procesos logísticos tiene un valor de $p=0.023$, el cual es menor que 0.05, lo que indica que la distribución de los datos no es normal. De forma análoga, la variable percepción de rentabilidad presenta un valor de $p=0.025$, el cual también es inferior a 0.05, lo que evidencia que los datos no corresponden a una distribución normal. En consecuencia, dado que todos los valores de p son menores a 0.05, se ha optado por utilizar una prueba no paramétrica denominada correlación de Spearman.

Tabla 7

Prueba de normalidad para las variables

Variables	Estadístico	Nivel de significancia (p-valor)
Procesos logísticos	0.865	0.023
Percepción de rentabilidad	0.868	0.025

4.2.2. Contraste de hipótesis

En vista que los datos presentados no siguieron una distribución normal, se pudo utilizar una prueba no paramétrica, en específico, la

correlación de Spearman, para poner a prueba las hipótesis de la investigación.

4.2.2.1. Contrastación de la hipótesis general

Hipótesis general

Existe una relación significativa entre los procesos logísticos y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023.

Hipótesis nula

No existe una relación significativa entre los procesos logísticos y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023.

Hipótesis alterna

Sí existe una relación significativa entre los procesos logísticos y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023.

Nivel de significancia = 0.05 (usual en las Ciencias Sociales)

En la siguiente tabla 8, considerando la hipótesis correlacional planteada, se ha procedido a realizar el análisis

correspondiente de los datos obtenidos utilizando el programa JASP versión 0.17.1, y al obtener una significancia (p-valor) de 0.196 se acepta la hipótesis nula, rechazando la hipótesis alterna, en consecuencia, se afirma que entre procesos logísticos y percepción de rentabilidad no existe ninguna relación.

Tabla 8

Rho de Spearman entre procesos logísticos y percepción de rentabilidad

	Rho de Spearman	p
PROC_LOGISTICOS - PERCEP_RENT	0.341	0.196

Los resultados obtenidos sugieren que la falta de relación entre los procesos logísticos y la percepción de rentabilidad puede atribuirse a diversos factores. Uno de ellos es la falta de integración entre los sistemas de información de la empresa. Esta falta de integración dificulta la obtención de información precisa y actualizada sobre los procesos logísticos y su impacto en la rentabilidad percibida. La disponibilidad de datos precisos y oportunos es crucial para comprender y evaluar adecuadamente el desempeño de los procesos logísticos y su contribución a la rentabilidad general de la empresa.

Otro factor que podría influir en la falta de relación es la complejidad inherente de los procesos logísticos. Estos procesos suelen involucrar múltiples etapas, desde la adquisición y

transporte de productos hasta el almacenamiento y distribución. Esta complejidad puede dificultar la identificación de relaciones claras y directas entre los procesos logísticos y la percepción de rentabilidad. Es posible que existan interacciones y dependencias complejas entre diferentes componentes de los procesos logísticos, lo que dificulta la evaluación de su impacto individual en la rentabilidad.

Además, es importante considerar que el éxito en la implementación de procesos logísticos efectivos puede depender de otros factores externos e internos. Por ejemplo, la calidad del personal involucrado en la ejecución de los procesos logísticos, incluyendo habilidades técnicas y conocimiento especializado, puede influir en la eficiencia y efectividad de los mismos. Además, la estrategia de marketing y ventas de la empresa también puede desempeñar un papel importante en la rentabilidad percibida, ya que influye en la demanda de los productos y, por lo tanto, en la necesidad de un eficiente sistema logístico.

4.2.2.2. Contrastación de la hipótesis específica 1

Hipótesis específica 1

Existe una relación significativa entre la gestión de compras y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023.

Hipótesis nula

No existe una relación significativa entre la gestión de compras y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023.

Hipótesis alterna

Sí existe una relación significativa entre la gestión de compras y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023.

Nivel de significancia = 0.05

En la tabla 9, se presenta el análisis de correlación entre la gestión de compras y la percepción de rentabilidad. Este análisis se llevó a cabo con el fin de determinar si existe alguna relación entre ambas variables. Se utilizó el programa JASP versión 0.17.1 para realizar el análisis de los datos y, al obtener un valor de significancia (p-valor) de 0.327, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna. En consecuencia, se concluye que no existe ninguna relación entre la gestión de compras y la percepción de rentabilidad.

Tabla 9

Rho de Spearman entre gestión de compras y percepción de rentabilidad

	Rho de Spearman	p
GEST_COMPRAS - PERCEP_RENT	0.262	0.327

El resultado obtenido confirma la falta de relación entre la gestión de compras y la percepción de rentabilidad en la empresa. Esto indica que, a pesar de los esfuerzos de reducción de costos en las compras realizadas, no se ha observado un vínculo directo con la rentabilidad percibida. Este hallazgo puede tener implicaciones importantes para la empresa importadora de productos naturales en el distrito de Miraflores, Lima, Perú.

Es fundamental destacar que, para lograr una gestión de compras efectiva, es necesario que el personal encargado posea los conocimientos necesarios para llevar a cabo los procesos de manera rápida y eficiente. La capacitación y la formación adecuadas son cruciales para asegurar que el personal esté equipado con las habilidades y competencias necesarias para realizar las compras de manera efectiva.

Además, una buena planificación y control en la empresa son elementos esenciales para una gestión de compras exitosa. Una planificación adecuada implica la identificación y definición de los requerimientos de compra, la selección de proveedores

confiables y la negociación de contratos favorables. El control implica supervisar y evaluar constantemente el desempeño de los proveedores, los costos y la calidad de los productos adquiridos.

Es importante resaltar que, aunque no se haya encontrado una relación directa entre la gestión de compras y la rentabilidad percibida, una gestión de compras eficiente y efectiva sigue siendo crucial para el éxito general de la empresa. La reducción de costos en las compras puede tener otros beneficios, como mejorar la competitividad, optimizar los recursos financieros y fortalecer la posición en el mercado.

4.2.2.3. Contrastación de la hipótesis específica 2

Hipótesis específica 2

Existe una relación significativa entre la gestión de inventarios y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023.

Hipótesis nula

No existe una relación significativa entre la gestión de inventarios y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023.

Hipótesis alterna

Sí existe una relación significativa entre la gestión de inventarios y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023.

Nivel de significancia = 0.05

En la tabla 10 se presenta el análisis correlacional entre la gestión de inventarios y la percepción de rentabilidad. El propósito de este análisis fue verificar la presencia de alguna relación entre la gestión de inventarios y la percepción de rentabilidad. Se realizó el análisis correspondiente de los datos utilizando el programa JASP versión 0.17.1 y se obtuvo un valor de significancia (p-valor) de 0.715. En este caso, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alternativa, lo que significa que no se encontró evidencia de una relación entre la gestión de inventarios y la percepción de rentabilidad.

Tabla 10

Rho de Spearman entre gestión de inventarios y percepción de rentabilidad

	Rho de Spearman	p
GEST_INVENTARIOS - PERCEP_RENT	0.099	0.715

El resultado obtenido confirma la ausencia de relación entre la gestión de inventarios y la percepción de rentabilidad en la empresa estudiada. Esto implica que a pesar de que se haya llevado a cabo una eficiente gestión y control de los stocks y niveles de inventario, no se ha observado un impacto directo en la rentabilidad percibida. Esta conclusión es importante para comprender la dinámica de la empresa importadora de productos naturales en el distrito de Miraflores, Lima, Perú.

Es importante considerar que existen otras posibles explicaciones para esta falta de relación. Por ejemplo, es posible que la gestión de inventarios se esté llevando a cabo de manera efectiva, pero que otros factores externos estén influyendo en la percepción de rentabilidad de la empresa. La calidad de los productos puede ser un factor determinante, ya que los clientes pueden asociar la calidad con el valor percibido y la satisfacción, lo cual puede afectar la rentabilidad en última instancia. Además, la competencia en el mercado también puede desempeñar un papel importante, ya que factores como los precios de la competencia y las estrategias de marketing pueden afectar la percepción de rentabilidad de la empresa.

Es fundamental considerar estas posibles explicaciones y analizar otros factores que puedan estar influyendo en la percepción de rentabilidad de la empresa. Si bien es cierto que la gestión de inventarios desempeña un papel crucial en asegurar un

flujo eficiente de productos y minimizar costos asociados, es importante reconocer que existen otros aspectos que también pueden afectar la rentabilidad en general. Es fundamental evaluar de manera integral diversos factores, como la eficiencia operativa, la estrategia de precios, la gestión financiera y otros aspectos relacionados con la oferta y la demanda del mercado. Todos estos elementos pueden influir en la rentabilidad global de una empresa y, por lo tanto, deben tenerse en cuenta en el análisis y la toma de decisiones empresariales.

4.2.2.4. Contrastación de la hipótesis específica 3

Hipótesis específica 3

Existe una relación significativa entre la distribución y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023.

Hipótesis nula

No existe una relación significativa entre la distribución y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023.

Hipótesis alterna

Sí existe una relación significativa entre la distribución y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023.

Nivel de significancia = 0.05

En la tabla 11 se expone la evaluación correlacional entre la distribución y la percepción de rentabilidad. El objetivo de este análisis fue determinar si existe alguna relación entre estas dos variables. Se llevó a cabo el análisis correspondiente utilizando el programa JASP versión 0.17.1 y se obtuvo un valor de significancia (p-valor) de 0.178. En este caso, al aceptar la hipótesis nula y rechazar la hipótesis alterna, se dictamina que no existe evidencia de una relación significativa entre la distribución y la percepción de rentabilidad.

Tabla 11

Rho de Spearman entre distribución y percepción de rentabilidad

	Rho de Spearman	p
DISTRIBUCION - PERCEP_RENT	0.355	0.178

El resultado obtenido confirma la falta de relación entre la distribución y la rentabilidad percibida en la empresa estudiada. Esto indica que, a pesar de contar con una distribución eficiente y mejoras en las condiciones de almacenamiento y entrega, no se

ha observado un impacto directo en la rentabilidad percibida. Este hallazgo es relevante para comprender la dinámica de la empresa importadora de productos naturales en el distrito de Miraflores, Lima, Perú.

Es importante considerar que existen otros factores externos que pueden influir en la percepción de rentabilidad, independientemente de la eficiencia de la distribución. La competencia en el mercado puede ser un factor determinante, ya que los precios y las estrategias de marketing de los competidores pueden afectar la rentabilidad percibida de la empresa. Además, la situación económica general y los cambios en las preferencias de los consumidores también pueden influir en la rentabilidad, independientemente de la calidad de la distribución.

La falta de relación entre la distribución y la percepción de rentabilidad sugiere que hay otros aspectos y factores que pueden estar influyendo en la rentabilidad general de la empresa. Es importante evaluar y analizar estos factores adicionales para comprender más a fondo las razones detrás de la falta de relación observada.

CAPITULO V: DISCUSION, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Discusión

El presente estudio tuvo como objetivo general determinar la relación entre los procesos logísticos y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023. Por lo cual, las variables se desglosaron en dimensiones, la primera variable procesos logísticos se dividió en gestión de compras, gestión de inventarios y distribución; asimismo, la segunda variable se subdividió en percepción de rentabilidad económica y percepción de rentabilidad financiera.

En cuanto a la hipótesis general planteada: Existe una relación significativa entre los procesos logísticos y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023; en el presente estudio se obtuvo una significancia (p-valor) de 0.196, por la cual, se aceptó la hipótesis nula, rechazando la hipótesis alterna y se pudo evidenciar que entre procesos logísticos y percepción de rentabilidad no existe ninguna relación en la empresa estudiada. De acuerdo con la investigación desarrollada por Ostolaza (2021) indicó que, sí había una relación entre ambas variables, por lo cual, los resultados de su investigación no coinciden y no tiene similitud alguna con el presente estudio. El autor mencionó que si el proceso logístico es eficiente habrá una mejora significativa en la rentabilidad en las empresas estudiadas, resaltó que al disminuir costos operativos estos han contribuido positivamente en la rentabilidad relacionada con las ventas. Por su parte Paricahua (2022), determinó en su investigación que entre ambas variables también existe una relación directa y afirmó que su implementación en las

empresas estudiadas sería factible para poder aprovechar los recursos y ahorrar costos para generar una mayor rentabilidad y además recomendó que se proponga un mejor sistema logístico, por lo tanto, los resultados de su estudio tampoco coincide con la presente investigación, esto debido a que la empresa importadora de productos naturales estudiada no funciona de la misma manera a cómo funcionan otras empresas y esto se evidencia en el estudio presentado, a pesar que el proceso logístico ha sido eficiente en la empresa este no ha podido contribuir de alguna manera en la rentabilidad percibida por los colaboradores y para que este haya sido exitoso pudo deberse a la buena gestión del personal involucrado o una buena estrategia de gestión en el proceso.

Respecto a la hipótesis específica planteada N°1: Existe una relación significativa entre la gestión de compras y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023; en el presente estudio se obtuvo una significancia (p-valor) de 0.327, por lo tanto, se acepta la hipótesis nula, rechazando la hipótesis alterna y se pudo demostrar que entre gestión de compras y percepción de rentabilidad no existe ninguna relación en la empresa estudiada. De acuerdo con la investigación propuesta de Paricahua (2022), se demostró que con su estudio no se halló ninguna similitud en los resultados. La autora indicó que como la gestión de compras también se integra con la gestión logística estas se relacionan de manera directa con la rentabilidad de las compañías estudiadas, por lo tanto, si esta no se realizaba de manera adecuada y rápida, había mayores costos y la rentabilidad disminuía debido a que el personal no estaba altamente capacitado y proponían la mejora de ello porque a mejor control de la gestión, mayor

rentabilidad. A su vez, no se encontró coincidencia con los resultados del estudio de Ostolaza (2021), quien señala en su investigación que, con la disminución en sus costos para el ahorro en la gestión de compras, estos impactaban de manera directa en la rentabilidad en los indicadores de las ventas de las empresas que estudiaron. Por lo cual, los resultados de ambos estudios no coinciden con la presente investigación, por lo tanto, en la empresa importadora de productos naturales la gestión de compras funciona de manera distinta y al querer reducir costos en las compras solicitadas no ha podido reflejarse de manera directa en la rentabilidad percibida y además para que esta gestión haya tenido éxito, pudo deberse al personal con las capacidades necesarias para que este proceso tenga una rápida y eficaz gestión.

Respecto a la hipótesis específica planteada N°2: Existe una relación significativa entre la gestión de inventarios y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023; en el presente estudio se obtuvo una significancia (p-valor) de 0.715, por ello, se acepta la hipótesis nula, rechazando la hipótesis alterna y se puede evidenciar que entre gestión de inventarios y percepción de rentabilidad no existe ninguna relación en la empresa estudiada. De acuerdo con la investigación de Paricahua (2022) explica que, si hay una relación directa entre gestión de inventarios y rentabilidad en las empresas que ha estudiado, por ende, se evidenció que con su estudio no se encontró ninguna similitud en los resultados. Debido a que, en su estudio el buen control de los inventarios impedía que los materiales llegaran con retrasos, además de la buena capacitación del personal encargado de la gestión. La autora destaca que, al

contar con un buen control de gestión de inventarios, hay una mayor rentabilidad que beneficia a las empresas que ha estudiado. Dicho resultado anteriormente mencionado no tiene ninguna coincidencia con la presente investigación, por esta razón la gestión de inventarios en la empresa importadora de productos naturales ha llevado a cabo su gestión de forma diferente, debido a que muchas empresas no funcionan igual y tienen diversos procesos que los diferencian, además de destacar que los colaboradores involucrados tienen distintas capacidades y conocimiento de cada proceso; asimismo, la empresa estudiada por más que haya tenido una gestión de inventarios eficiente respecto al buen control y manejo del stock, esta no ha contribuido de manera directa con la rentabilidad percibida en la empresa.

Respecto a la hipótesis específica planteada N°3: Existe una relación significativa entre la distribución y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023; en el presente estudio se obtuvo una significancia (p-valor) de 0.178, por ende, se acepta la hipótesis nula, rechazando la hipótesis alterna y se puede evidenciar que entre distribución y percepción de rentabilidad no existe ninguna relación en la empresa estudiada. En conformidad con la investigación planteada de Ostolaza (2021), se demostró que con su investigación no se halló ninguna semejanza en los resultados con el presente estudio. El autor menciona que la distribución forma parte del proceso logístico y esta impacta de manera directa en las ventas de las empresas estudiadas y, por ende, hay un incremento en la rentabilidad, por lo cual, si el proceso logístico y la distribución son eficientes hay una mejora en la rentabilidad y si los costos en distribución disminuyen esto se

estaría reflejando en la misma. Por lo tanto, la empresa importadora de productos naturales estudiada está trabajando de manera distinta en el proceso de distribución de sus productos y de alguna manera esta no está beneficiando a la rentabilidad percibida. Al momento de poder hacer eficiente la distribución y mejorar sus condiciones tanto de las entregas sin retrasos y el buen almacenamiento, esto no se estaría reflejando en la rentabilidad percibida por la falta de relación.

Respecto a las investigaciones de Ostolaza (2021) y Paricahua (2022), si bien se ha revisado los estudios de ambos autores citados en los antecedentes, es importante resaltar que los resultados obtenidos en esta investigación no presentaron una similitud con sus hallazgos. Asimismo, aunque sus investigaciones abordaron aspectos relevantes del tema, las particularidades del presente estudio y metodología pueden haber generado resultados diferentes. Es relevante reconocer que cada investigación tiene sus propias características y pueden brindar nuevas perspectivas o resultados únicos. De igual manera, es importante recordar que las investigaciones a menudo implican explorar nuevos caminos y generar nuevos conocimientos, incluso cuando los resultados difieren de estudios anteriores.

Con respecto a las principales limitaciones del estudio realizado, se destacan las siguientes:

a) Tamaño de la muestra: En la investigación la recolección de datos se realizó a través de encuestas en una empresa importadora de productos naturales en el distrito de Miraflores. Sin embargo, es importante reconocer que el tamaño de la muestra puede afectar la representatividad y generalización de

los resultados. Dado que la muestra fue pequeña (16 colaboradores) los resultados pueden estar influenciados por las características particulares de esa muestra y pueden no ser aplicables a un conjunto más amplio de empresas importadoras de productos naturales en Lima o Perú.

b) Selección de la empresa importadora específica: El estudio estuvo enfocado en una única empresa importadora de productos naturales en el distrito de Miraflores. Sin embargo, se debe tener en cuenta que cada empresa tiene características y prácticas únicas que pueden afectar los resultados. Por lo tanto, los resultados del estudio pueden estar influenciados por las particularidades de la empresa estudiada y pueden no ser generalizables a otras empresas importadoras en el mismo sector.

c) Enfoque en un solo distrito: La investigación se ha centrado exclusivamente en una empresa en el distrito de Miraflores. Sin embargo, se debe considerar que las características y dinámicas empresariales pueden variar en diferentes distritos o regiones de Lima o Perú. El estudio se limitó a dicha empresa en Miraflores y, por lo tanto, los resultados pueden no ser generalizables a otras áreas geográficas.

d) Técnica de encuesta utilizada: El estudio utilizó la técnica de encuesta con un cuestionario estructurado diseñado con la escala de Likert para recopilar datos. Sin embargo, se debe reconocer que las encuestas tienen algunas limitaciones, como la posibilidad de sesgo de respuesta o limitaciones en la validez de las respuestas.

En lo concerniente a áreas de oportunidad para el desarrollo de futuras investigaciones, se mencionan las siguientes:

a) Investigar en otras empresas del mismo sector: Como área para futuras investigaciones, se sugiere realizar estudios similares en diferentes empresas importadoras de productos naturales. Esto permitirá analizar si los resultados obtenidos en el estudio son consistentes en un contexto más amplio. Al incluir múltiples empresas, se podrá obtener una visión más completa y generalizable de la relación entre los procesos logísticos y la rentabilidad en el sector de importación de productos naturales en Lima o Perú.

b) Utilizar diferentes metodologías o técnicas de investigación: Se sugiere el uso de enfoques de investigación complementarios. Por ejemplo, además de las encuestas, se podría considerar la realización de estudios de casos comparativos. Estos permitirán un análisis más detallado de cómo los procesos logísticos influyen en la rentabilidad en diferentes empresas importadoras. También se puede considerar el uso de análisis cualitativos para explorar en profundidad las percepciones y experiencias de los empleados o gerentes involucrados en los procesos logísticos.

c) Incluir variables adicionales: Se sugiere la necesidad de investigar variables adicionales que pueden influir en la percepción de rentabilidad. Por ejemplo, se podría explorar cómo la calidad de los productos importados, las estrategias de marketing o la satisfacción del cliente impactan la relación entre los procesos logísticos y la rentabilidad. Al incluir estas variables adicionales, se obtendrá una comprensión más completa de los factores que influyen en la rentabilidad en el contexto de la importación de productos naturales.

5.2. Conclusiones

- De acuerdo con el objetivo general del presente estudio, se logró determinar que no existe relación entre los procesos logísticos y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023. Debido a que mediante el análisis de datos se obtuvo una significancia de 0.196, por lo cual, se aceptó la hipótesis nula, por ende, se deduce la falta de relación entre ambas variables. Se concluye que la mejora en los procesos logísticos no conduce a un resultado con mayor rentabilidad percibida en la empresa estudiada por la ausencia de relación. Es importante tener en cuenta que estos resultados son desde la percepción del área de compras, almacenamiento, gestión de inventario y transporte sobre la rentabilidad de la empresa, ósea en cómo estos equipos perciben la rentabilidad y en cómo sus acciones y decisiones afectan esta percepción, además que estos resultados son específicos de la empresa y el período de tiempo analizados, y pueden no ser generalizables a otras industrias o ubicaciones geográficas. Asimismo, es importante mencionar que la falta de relación puede deberse a varios factores como la complejidad de los procesos que se llevan a cabo en la empresa que tienen múltiples etapas, debido a que puede dificultar la identificación de relaciones directas entre los procesos logísticos y la percepción de rentabilidad, además de la falta de control e integración de sistemas de información que puede dificultar la obtención de información más actualizada, clara y precisa sobre la contribución de los procesos logísticos a la rentabilidad percibida que puede llevar a una falta de conexión entre ambas y por último el involucramiento que tienen los mismos

colaboradores de dichas áreas respecto a la percepción que tienen con la rentabilidad. No obstante, la empresa debe considerar la exploración de otros aspectos más allá, como la gestión financiera y la estrategia de marketing, para lograr un aumento en la rentabilidad percibida. Investigaciones futuras podrían profundizar en estos aspectos y considerar otros factores relevantes para obtener una comprensión más completa de los determinantes de la rentabilidad en empresas similares. Es importante destacar que, aunque pueda no haber una relación directa entre los procesos logísticos y la percepción de rentabilidad, una gestión eficiente de los procesos logísticos es fundamental para optimizar los costos operativos, garantizar la entrega oportuna de productos y mantener la satisfacción del cliente.

- Para el objetivo específico N°1, se logró analizar que no existe relación entre la gestión de compras y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023. Debido a que se encontró mediante el análisis de datos una significancia de 0.327 y se tuvo que aceptar la hipótesis nula, por lo tanto, se manifiesta la ausencia de asociación entre dimensión y variable. Se concluye que la mejora en la gestión de compras no conduce a un resultado con mayor rentabilidad percibida en la empresa estudiada por la inexistencia de relación. Es importante tener en cuenta que estos resultados son desde la percepción del área de compras, almacenamiento, gestión de inventario y transporte sobre la rentabilidad de la empresa, ósea en cómo estos equipos perciben la rentabilidad y en cómo sus acciones y decisiones afectan esta

percepción, además que estos resultados son específicos de la empresa y el período de tiempo analizados, y pueden no ser generalizables a otras industrias o ubicaciones geográficas. De esta forma, es importante mencionar que la falta de relación puede deberse a varios factores como la complejidad de los procesos que se llevan a cabo en la empresa que tienen múltiples etapas, debido a que puede dificultar la identificación de relaciones directas entre la gestión de compras y la percepción de rentabilidad, además de la falta de control e integración de sistemas de información que puede dificultar la obtención de información más actualizada, clara y precisa sobre la contribución de la gestión de compras a la rentabilidad percibida que puede llevar a una falta de conexión entre ambas y por último el involucramiento que tienen los mismos colaboradores de dichas áreas respecto a la percepción que tienen con la rentabilidad. De igual manera, la empresa debe considerar la exploración de otros aspectos más allá, como la calidad de los productos, la estrategia de precios y la eficiencia operativa para lograr un aumento en la rentabilidad percibida. Investigaciones futuras podrían profundizar en estos aspectos y considerar otros factores relevantes para obtener una comprensión más completa de los determinantes de la rentabilidad en empresas similares. Es importante destacar que, aunque pueda no haber una relación directa entre la gestión de compras y la percepción de rentabilidad, una gestión de compras efectiva es fundamental para optimizar los costos y garantizar la disponibilidad de productos necesarios para cada operación y a su vez el éxito de la empresa.

- Referente al objetivo específico N°2, se logró identificar que no existe relación entre la gestión de inventarios y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023. Debido a que se detectó mediante el análisis de datos una significancia de 0.715, de modo que, se aceptó la hipótesis nula, por consiguiente, se demuestra la falta de relación entre dimensión y variable. Se concluye que la mejora en la gestión de inventarios no conduce a un resultado con mayor rentabilidad percibida en la empresa estudiada debido a que no existe asociación. Es importante tener en cuenta que estos resultados son desde la percepción del área de compras, almacenamiento, gestión de inventario y transporte sobre la rentabilidad de la empresa, ósea en cómo estos equipos perciben la rentabilidad y en cómo sus acciones y decisiones afectan esta percepción, además que estos resultados son específicos de la empresa y el período de tiempo analizados, y pueden no ser generalizables a otras industrias o ubicaciones geográficas. De esta forma, es importante mencionar que la falta de relación puede deberse a varios factores como la complejidad de los procesos que se llevan a cabo en la empresa que tienen múltiples etapas, debido a que puede dificultar la identificación de relaciones directas entre la gestión de inventarios y la percepción de rentabilidad, además de la falta de control e integración de sistemas de información que puede dificultar la obtención de información más actualizada, clara y precisa sobre la contribución de la gestión de inventarios a la rentabilidad percibida que puede llevar a una falta de conexión entre ambas y por último el involucramiento que tienen los mismos

colaboradores de dichas áreas respecto a la percepción que tienen con la rentabilidad. Esto sugiere que la empresa debe explorar otros aspectos más allá, como las condiciones del mercado, la calidad de los productos, la competencia y los cambios en la demanda de productos para lograr un aumento en la rentabilidad percibida. Investigaciones futuras podrían profundizar en estos aspectos y considerar otros factores relevantes para obtener una comprensión más completa de los determinantes de la rentabilidad en empresas similares. Es importante destacar que, aunque pueda no haber una relación directa entre la gestión de inventarios y la percepción de rentabilidad, una eficiente gestión de inventarios es fundamental para mantener un control preciso de los niveles de inventario y garantizar la disponibilidad adecuada de productos para satisfacer la demanda de los clientes.

- Con respecto al objetivo específico N°3, se logró evaluar que no existe relación entre la distribución y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023. Debido a que se reveló mediante el análisis de datos una significancia de 0.178, por ello, se aceptó la hipótesis nula, en consecuencia, se confirma la falta de vinculación entre dimensión y variable. Se concluye que la mejora en la distribución no conduce a un resultado con mayor rentabilidad percibida en la empresa estudiada por la carencia de relación. Es importante tener en cuenta que estos resultados son desde la percepción del área de compras, almacenamiento, gestión de inventario y transporte sobre la rentabilidad de la empresa, ósea en cómo estos equipos perciben la

rentabilidad y en cómo sus acciones y decisiones afectan esta percepción, además que estos resultados son específicos de la empresa y el período de tiempo analizados, y pueden no ser generalizables a otras industrias o ubicaciones geográficas. De esta forma, es importante mencionar que la falta de relación puede deberse a varios factores como la complejidad de los procesos que se llevan a cabo en la empresa que tienen múltiples etapas, debido a que puede dificultar la identificación de relaciones directas entre la distribución y la percepción de rentabilidad, además de la falta de control e integración de sistemas de información que puede dificultar la obtención de información más actualizada, clara y precisa sobre la contribución de la distribución a la rentabilidad percibida que puede llevar a una falta de conexión entre ambas y por último el involucramiento que tienen los mismos colaboradores de dichas áreas respecto a la percepción que tienen con la rentabilidad. Esto sugiere que la empresa debe explorar otros factores más allá, como la situación económica general, la demanda del producto, la experiencia del cliente al recibir los productos, precios de la competencia y los cambios en las preferencias de los consumidores independientemente de la calidad de la distribución para lograr un aumento en la rentabilidad percibida. Investigaciones futuras podrían profundizar en estos aspectos y considerar otros factores relevantes para obtener una comprensión más completa de los determinantes de la rentabilidad en empresas similares. Es importante destacar que, aunque pueda no haber una relación directa entre la distribución y la percepción de rentabilidad, una eficiente distribución es fundamental para optimizar los procesos de manipulación, empaquetado y

rutas de entrega y cumplir con las expectativas del cliente fortaleciendo la relación con ellos.

5.3. Recomendaciones

- Con respecto a la conclusión N° 1, a pesar de la falta de relación encontrada entre los procesos logísticos y la percepción de rentabilidad en la empresa importadora estudiada, es recomendable continuar monitoreando y evaluando regularmente los procesos logísticos para identificar posibles áreas de mejora. Esto podría ayudar a optimizar la eficiencia y la calidad de los procesos, lo cual podría tener un impacto positivo en otros aspectos de la empresa, como la satisfacción del cliente y la gestión de costos. Además, se recomienda tener una comunicación eficaz, transparente y en tiempo real, para que de esta manera se pueda agilizar la comunicación en cada proceso, informar las fallas o deficiencias que puede haber y solucionar o evitar posibles problemas que se puedan presentar, solucionándolos a tiempo y de la mejor manera, aumentando la eficiencia y reduciendo los costos.

Plan de implementación:

a) Establecer un equipo o comité de mejora continua: Formar un equipo encargado de monitorear y evaluar periódicamente los procesos logísticos. Este equipo debe incluir representantes de diferentes áreas involucradas en la logística, como transporte, almacenamiento, inventario, entre otros.

b) Definir indicadores clave de desempeño (KPIs): Identificar y establecer métricas y KPIs relevantes para medir la eficiencia y calidad de

los procesos logísticos. Algunos ejemplos de KPIs pueden ser el tiempo de entrega, la tasa de cumplimiento de pedidos, el porcentaje de devoluciones, entre otros.

c) Implementar un sistema de seguimiento y registro de datos: Utilizar herramientas tecnológicas, como sistemas de gestión de almacenes (WMS) o software de gestión logística, para recopilar datos y generar informes que permitan analizar el desempeño de los procesos logísticos.

d) Realizar análisis periódicos de los datos recopilados: Revisar regularmente los informes generados por el sistema de seguimiento y registro de datos para identificar posibles áreas de mejora. Analizar los resultados de los indicadores clave de desempeño y compararlos con metas predefinidas o con períodos anteriores.

e) Identificar oportunidades de mejora: Una vez identificadas las áreas de mejora, el equipo de mejora continua debe analizar las causas raíz de los problemas identificados y proponer soluciones adecuadas. Esto puede implicar optimizar rutas de transporte, revisar los procesos de embalaje y manipulación, mejorar la gestión del inventario, entre otras acciones.

f) Establecer un plan de acción: Desarrollar un plan detallado que incluya las acciones específicas a tomar para abordar las áreas de mejora identificadas. Establecer metas claras, asignar responsabilidades y definir los plazos para implementar las mejoras.

g) Realizar seguimiento y evaluación: Una vez implementadas las acciones de mejora, es importante realizar un seguimiento y evaluación continua para medir su impacto. Comparar los resultados con los KPIs establecidos y analizar si se han logrado los objetivos planteados.

h) Ajustar y mejorar: Con base en los resultados obtenidos y los aprendizajes adquiridos, realizar ajustes y mejoras continuas en los procesos logísticos. Estar abierto a nuevas oportunidades y cambios en el entorno empresarial.

- De acuerdo con la conclusión N° 2, aunque no se encontró una relación entre la gestión de compras y la percepción de rentabilidad, se sugiere realizar un análisis detallado de los procesos de compra de la empresa para identificar posibles oportunidades de mejora. Esto podría incluir la evaluación de proveedores, negociación de precios, gestión de inventarios y revisión de contratos. Además, se recomienda considerar la implementación de tecnología y sistemas de información que faciliten la gestión eficiente de compras y la automatización del proceso para evitar gastos innecesarios y pérdida de tiempo en la empresa estudiada.

Plan de implementación:

a) Revisar los procesos de compra existentes: Realizar una evaluación exhaustiva de los procesos de compra de la empresa, desde la identificación de necesidades hasta la recepción de los productos o servicios adquiridos. Documentar y analizar cada paso del proceso para identificar posibles áreas de mejora y puntos de ineficiencia.

b) Evaluar proveedores y negociar precios: Realizar una evaluación de los proveedores actuales, su desempeño y calidad de los productos o servicios suministrados. Identificar aquellos proveedores que cumplen con los estándares requeridos y buscar oportunidades para negociar precios más competitivos. Considerar la posibilidad de buscar nuevos proveedores en el mercado que puedan ofrecer mejores condiciones.

c) Gestionar inventarios de manera eficiente: Realizar un análisis exhaustivo y buscar la optimización de la gestión de inventarios empresariales implica un proceso de evaluación de los niveles de existencias, la puesta en marcha del enfoque just-in-time (justo a tiempo), con el objetivo de disminuir los costos asociados al almacenamiento y minimizar el riesgo de obsolescencia. Asimismo, se recomienda emplear sistemas de control de inventario y valerse de tecnologías avanzadas como la identificación por radiofrecuencia (RFID).

d) Revisar y actualizar contratos: Realizar una revisión detallada de los contratos existentes con proveedores y realizar las actualizaciones necesarias. Asegurarse de que los términos y condiciones sean favorables para la empresa y estén alineados con sus objetivos estratégicos. Identificar cláusulas que puedan ser mejoradas o renegociadas para obtener mejores condiciones.

e) Implementar tecnología y sistemas de información: Evaluar la implementación de sistemas de gestión de compras y herramientas tecnológicas que faciliten y agilicen el proceso de compras. Estas soluciones pueden incluir software de gestión de proveedores, sistemas de

automatización de compras y herramientas de análisis de datos para mejorar la toma de decisiones.

f) Capacitar al personal: Proporcionar capacitación adecuada al personal involucrado en los procesos de compra. Esto incluye brindarles las habilidades necesarias para evaluar proveedores, negociar eficientemente, utilizar los sistemas de información y cumplir con los procedimientos establecidos. La capacitación continua garantiza que el equipo esté actualizado en las mejores prácticas y pueda aprovechar al máximo las oportunidades de mejora identificadas.

g) Establecer un seguimiento y evaluación: Implementar un sistema de seguimiento y evaluación para monitorear y medir el desempeño de los procesos de compra mejorados. Utilizar indicadores clave de desempeño (KPIs) para evaluar la eficiencia, los costos y la calidad de las compras. Realizar revisiones periódicas y ajustar las acciones según sea necesario.

- Referente a la conclusión N° 3, A pesar de no haberse encontrado evidencia de una relación directa entre la gestión de inventarios y la percepción de rentabilidad, resulta crucial llevar a cabo una revisión minuciosa de los procesos involucrados en la gestión de inventarios; esta revisión abarcaría un análisis exhaustivo de los niveles de inventario, los métodos de pronóstico de la demanda, la rotación de inventarios y los costos asociados a estos procesos. Además, resulta fundamental mantener una vigilancia rigurosa sobre el control de stock para evitar tanto el exceso como la escasez de productos. Asimismo, es recomendable llevar a cabo actualizaciones y revisiones periódicas de la gestión de inventarios con el

fin de maximizar la rentabilidad y generar un impacto favorable en el desempeño general de la empresa.

Plan de implementación:

a) Análisis de los niveles de inventario: Realizar un análisis detallado de los niveles de inventario actuales de la empresa. Identificar aquellos productos que tienen exceso de stock y aquellos que pueden estar sujetos a escasez. Esto permitirá ajustar los niveles de inventario para evitar costos innecesarios y asegurar un suministro adecuado de productos.

b) Evaluación de los métodos de pronóstico de demanda: Analizar los métodos de pronóstico de demanda utilizados por la empresa. Evaluar su precisión y eficacia en la estimación de la demanda futura. Considerar la implementación de técnicas más avanzadas, como modelos estadísticos o análisis de tendencias, que puedan mejorar la precisión del pronóstico y reducir los errores de inventario.

c) Optimización de la rotación de inventarios: Evaluar la rotación de inventarios de la empresa, es decir, la frecuencia con la que se venden o utilizan los productos almacenados. Identificar aquellos productos de baja rotación que puedan estar ocupando espacio innecesario y afectando la rentabilidad. Establecer estrategias para agilizar la rotación de inventarios, como promociones, descuentos o acciones de marketing focalizadas.

d) Implementación de técnicas como el just-in-time: Se sugiere tomar en consideración la adopción de técnicas como el just-in-time, cuyo propósito es reducir al mínimo los niveles de inventario al recibir los suministros en el momento preciso en que se requieren. Evaluar la

viabilidad de esta técnica en función de la naturaleza del negocio y las capacidades de los proveedores. Establecer acuerdos con proveedores confiables y establecer plazos de entrega precisos.

e) Gestión basada en la demanda: Adoptar una gestión de inventarios basada en la demanda real del mercado. Utilizar datos históricos de ventas y tendencias actuales para ajustar los niveles de inventario y asegurar que se satisfagan las necesidades del cliente sin incurrir en costos excesivos de almacenamiento. Implementar herramientas tecnológicas que permitan un seguimiento más preciso de la demanda y una gestión ágil de inventarios.

f) Control de stock más estricto: Implementar un control de stock más estricto, utilizando herramientas como sistemas de gestión de inventarios o tecnología de identificación por radiofrecuencia (RFID). Establecer procedimientos claros para el registro y seguimiento de los movimientos de inventario, incluyendo recepción, almacenamiento y despacho. Realizar inventarios físicos periódicos para verificar la exactitud de los registros.

g) Actualización y revisión periódica de la gestión de inventarios: Establecer un calendario para la revisión y actualización periódica de los procesos de gestión de inventarios. Realizar análisis regulares de los resultados y ajustar las estrategias según sea necesario. Mantenerse actualizado con las mejores prácticas y tendencias en la gestión de inventarios para garantizar la eficiencia y la rentabilidad.

- En consideración a la conclusión N°4, a pesar de no encontrarse una relación entre la distribución y la percepción de rentabilidad, se recomienda evaluar los procesos de distribución y transporte de la empresa. Esto puede implicar la revisión de las rutas de entrega, los métodos de embalaje, la gestión de almacenes y la selección de transportistas. Mejorar la eficiencia y la puntualidad de la distribución al cumplir con los plazos de entrega pactados con el cliente y hacerles llegar el producto en tiempo real, puede tener un impacto positivo en la satisfacción del cliente para poder fidelizarlos y en la reducción de costos logísticos. Además, se recomienda darle periódicamente mantenimiento al almacén para su óptimo funcionamiento y que los productos estén bien ordenados y clasificados con la cantidad adecuada para prevenir posibles pérdidas en la empresa.

Plan de implementación:

a) Revisión de las rutas de entrega: Analizar las rutas de entrega actuales y evaluar su eficiencia en términos de tiempo y costo. Identificar posibles áreas de mejora, como la optimización de rutas, la reducción de distancias recorridas y la agrupación de entregas por ubicación geográfica. Utilizar herramientas de planificación de rutas y tecnología de navegación para mejorar la eficiencia de la distribución.

b) Mejora de los métodos de embalaje: Evaluar los métodos de embalaje utilizados para garantizar que los productos se transporten de manera segura y eficiente. Identificar oportunidades para optimizar el embalaje y reducir el espacio utilizado, lo que puede resultar en ahorros

de costos y una distribución más eficiente. Considerar el uso de materiales de embalaje reciclables o sostenibles para promover prácticas más responsables con el medio ambiente.

c) Gestión de almacenes: Evaluar los procesos de gestión de almacenes, incluyendo el diseño de almacenes, los sistemas de almacenamiento, el flujo de productos y el personal encargado. Identificar posibles mejoras en la organización del almacén para optimizar el espacio, facilitar la ubicación y recuperación de productos y agilizar las operaciones logísticas. Implementar tecnologías de gestión de almacenes, como sistemas de identificación por radiofrecuencia (RFID) o sistemas de gestión de inventarios automatizados, para mejorar la precisión y la eficiencia.

d) Selección de transportistas: Evaluar a los transportistas utilizados por la empresa y revisar su desempeño en términos de cumplimiento de plazos de entrega, calidad del servicio y costos. Identificar proveedores confiables y considerar la posibilidad de establecer acuerdos a largo plazo que ofrezcan beneficios en términos de calidad y costos. Realizar revisiones periódicas del desempeño de los transportistas y tomar medidas correctivas cuando sea necesario.

e) Mantenimiento del almacén: Establecer un programa de mantenimiento regular para el almacén, que incluya limpieza, reparaciones y verificación de equipos de manipulación de materiales. Mantener el almacén en condiciones óptimas para garantizar un flujo de trabajo eficiente y prevenir posibles pérdidas o daños en los productos almacenados.

f) Seguimiento y control de la distribución: Implementar sistemas de seguimiento y control de la distribución en tiempo real, utilizando tecnologías como GPS y sistemas de gestión de flotas. Esto permitirá tener visibilidad y control sobre la ubicación de los envíos y realizar ajustes en caso de retrasos o cambios en las circunstancias. Mantener una comunicación efectiva con los clientes y brindarles información actualizada sobre el estado de sus entregas.

g) Análisis y mejora continua: Llevar a cabo evaluaciones periódicas de los procesos de distribución y transporte resulta fundamental. En este sentido, es recomendable utilizar indicadores clave de desempeño (KPIs) para analizar la eficiencia, puntualidad y satisfacción del cliente. Mediante esta práctica, se podrán identificar áreas de oportunidad y establecer planes de acción con el fin de implementar mejoras continuas en los procesos logísticos.

- Para los diversos actores o colaboradores que conforman y están involucrados dentro de la empresa importadora de productos naturales y considerando los resultados de la falta de relación entre variables y dimensiones, se recomienda implementar sistemas de información integrados que permitan una comunicación efectiva y el intercambio de datos entre las diferentes áreas y colaboradores o actores relevantes involucrados en las compras, almacenamiento, gestión de inventario y transporte de la empresa, una comunicación eficiente facilitará la identificación y solución de problemas, así como la optimización de la rentabilidad percibida. Asimismo, realizar un análisis detallado de las

funciones y responsabilidades de cada grupo dentro de la empresa ya que esto permitirá comprender mejor cómo los procesos logísticos pueden afectar a cada área y cómo se relacionan con la percepción de rentabilidad, considerando las perspectivas de los colaboradores de cada área para obtener una visión completa. Al considerar las recomendaciones a los diversos actores de la empresa, considerando sus necesidades y roles específicos, aumentará las posibilidades de lograr mejoras significativas en los procesos logísticos y la percepción de rentabilidad en la empresa con el fin de que pueda maximizar una efectividad exitosa.

- Para el sector importador y considerando los resultados de la falta de relación entre variables y dimensiones, se recomienda realizar un análisis comparativo entre empresas importadoras de productos naturales en diferentes distritos o ciudades para evaluar la consistencia de los resultados en relación a la falta de relación entre los procesos logísticos y la percepción de rentabilidad, así como la falta de relación entre la gestión de compras, la gestión de inventarios y la distribución con la percepción de rentabilidad, de esta manera se podrá analizar de una manera más profunda como estas empresas han abordado con éxito la relación entre variables y dimensiones, así como los factores claves que han contribuido a su éxito. Asimismo, se recomienda fomentar la colaboración y la comunicación fluida entre las diferentes áreas y equipos involucrados en cada proceso por lo que es necesario establecer canales de comunicación abiertos y reuniones periódicas para identificar y resolver problemas de forma conjunta. De igual manera, se sugiere establecer una estrecha

integración entre los sistemas de gestión logística y los sistemas financieros para mejorar la visibilidad y la toma de decisiones informadas, esto implica implementar herramientas y tecnologías que permitan un seguimiento en tiempo real de los costos logísticos, los ingresos y los márgenes de rentabilidad asociados a cada operación. Al considerar estas recomendaciones, el sector importador tendrá una mayor eficiencia operativa, una mejor toma de decisiones y, en última instancia, una mejora de la rentabilidad.

- Para futuras investigaciones y considerando los resultados de la falta de relación entre variables y dimensiones, se recomienda investigar otros factores que podrían influir en la rentabilidad percibida, como la calidad de los productos, el servicio al cliente o la eficacia de la estrategia de precios (un enfoque longitudinal podría revelar cómo estos resultados varían a lo largo del tiempo). Además, es importante el poder realizar un análisis cualitativo que proporcione una comprensión más profunda desde la perspectiva de los diversos actores relevantes, ya sean directivos y empleados en general. Por último, investigar el impacto de estrategias específicas de mejora en procesos logísticos, gestión financiera o estrategia de marketing en la rentabilidad percibida sería útil para el desarrollo empresarial. Al considerar estos aspectos, se podrá ampliar el conocimiento y la comprensión en futuras investigaciones, brindando una base sólida para investigaciones posteriores, ya sea para profundizar en aspectos específicos o para explorar nuevas áreas de estudio.

- Se recomienda que es ideal abordar la rentabilidad por medio de la revisión de estados financieros y económicos de una empresa. Estos estados proporcionan información objetiva y cuantificable que permite evaluar de manera más precisa la rentabilidad de una empresa. Asimismo, la revisión de los estados financieros y económicos ayudan a identificar y analizar los ingresos y gastos, lo que a su vez permite calcular indicadores y ratios financieros claves para evaluar la rentabilidad.
- Finalmente, se recomienda que la muestra para investigaciones futuras abarque personal que esté directamente relacionado con las variables analizadas. Al abarcar personal directamente relacionado, se aumenta la validez y aplicabilidad de los resultados de la investigación, ya que se estará investigando un grupo que tiene una mayor probabilidad de verse afectado o influenciado por las variables de estudio.

Referencias bibliográficas

- Abdurakhmonova, M. M., ugliMirzayev, M. A., Karimov, U. U., y Karimova, G. Y. (2021). Information Culture And Ethical Education In The Globalization Century. *The American Journal of Social Science and Education Innovations*, 3(03), 384-388.
<https://doi.org/10.37547/tajssei/Volume03Issue03-58>
- Aguilera, H. N. (2021). Implementation of logistics processes in the company “Avidigital” to improve customer satisfaction. *Journal of Business and Entrepreneurial Studie*.
<https://doi.org/10.37956/jbes.v0i0.170>
- Al Omairi, R. K. K., y Matriano, M. T. (2022). The Capital Structure of Securado Company and its Impact on Profitability. *Global Scientific Journals*, 10(6).
https://www.globalscientificjournal.com/journal_volume10_issue6_June_2022_edition_p6.html
- Arteaga, W. J. (2019). *Cadena de valor del proceso logístico de las empresas floricultoras del departamento de Cundinamarca* [Tesis de maestría, Universidad Distrital Francisco José de Caldas]. Repositorio Institucional Universidad Distrital – RIUD.
<https://repository.udistrital.edu.co/handle/11349/23545>
- Barczak, A., Dembińska, I., Marzantowicz, L., Nowicka, K., Szopik-Depczyńska, K., y Rostkowski, T. (2020). The Impact of Unpredictable Factors on the Uncertainty’s Structure in the Management of Logistics Processes. *European Research Studies Journal*, 23(1), 186-200.
<https://www.um.edu.mt/library/oar/handle/123456789/76536>

- Bartes, L. (2007). *Studie logistické koncepce v podniku* [Tesis de maestría, Vysoké učení technické v Brně]. Digitální knihovně VUT v Brně - institucionálním repozitáři.
<https://dspace.vutbr.cz/handle/11012/25447>
- Bravo, S. (2003). *Análisis de rentabilidad económica y financiera*. Esan Ediciones.
<https://repositorio.esan.edu.pe/handle/20.500.12640/2941>
- Budiman, H. (2022). An Experimental Study on Quality Maintenance in Purchasing. *Journal of Management and Business Environment (JMBE)*, 4(1), 71-81.
<https://doi.org/10.24167/jmbe.v4i1.4897>
- Carbonell, J. C. (2019). *Impacto de los costos logísticos en la rentabilidad de la empresa integral export S.A.C., Lima 2017 - 2018* [Tesis de licenciatura, Universidad Científica del Sur]. Repositorio Académico - Universidad Científica del Sur.
<https://repositorio.cientifica.edu.pe/handle/20.500.12805/816>
- Castellanos, A. (2009). *Manual de gestión logística del transporte y distribución de mercancías*. Editorial Uninorte.
- Chu, M. (2020). *El ROI de las decisiones del marketing*. Editorial UPC.
- Daneshvar, M. y Gargeya, V. B. (2019). Information systems for supply chain management: a systematic literature analysis. *International Journal of Production Research*, 57(15-16), 5318-5339.
<https://doi.org/10.1080/00207543.2019.1570376>
- Demizu, T., Fukazawa, Y., y Morita, H. (2023). Inventory management of new products in retailers using model-based deep reinforcement learning. *Expert Systems with Applications*, 229, 120256. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2023.120256>

- Eslava, L. A. (2017). *Canales de distribución logística comerciales*. Ediciones de la U.
- Frías-Navarro, D. (2022). *Apuntes de estimación de la fiabilidad de consistencia interna de los ítems de un instrumento de medida*.
<https://www.uv.es/friasnav/AlfaCronbach.pdf>
- Gamero, C. C. y Rojas, C. I. (2020). *La Gestión Logística y su influencia en la Rentabilidad de las empresas comercializadoras de materiales eléctricos, año 2019* [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/654787>
- Golinska-Dawson, P., Werner-Lewandowska, K., Kolinska, K., y Kolinski, A. (2023). Impact of Market Drivers on the Digital Maturity of Logistics Processes in a Supply Chain. *Sustainability*, 15(4), 3120. <https://doi.org/10.3390/su15043120>
- Guerrero E. I. (2017). *Las políticas gubernamentales económicas y la rentabilidad económica financiera del Banco del Austro en el período 2010-2014* [Tesis de titulación, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio Universidad Técnica de Ambato. <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/25132>
- Hacıbektaşoğlu, B. (2020). *Lojistik sektörü Ve Lojistik süreçlerinin sağladığı Maliyet Ve iş gücü avantajları: Tekstil sektörü üzerine Bir Inceleme* (Publicación No. 28245388) [Tesis de maestría, Marmara Üniversitesi]. ProQuest One Academic.
- Hadu, C. D. J., Manafe, H. A., y Bibiana, R. P. (2023). Analisis Pengaruh ROA, ROE, dan NPM Terhadap Return Saham (Literature Review Manajemen Keuangan Perusahaan). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(4), 963-971.
<https://greenpub.org/JIM/article/view/197>

- Hermuningsih, S. (2014). Profitability, growth opportunity, capital structure and the firm value. *Buletin Ekonomi Moneter Dan Perbankan*, 16(2), 115-136.
<https://doi.org/10.21098/bemp.v16i2.440>
- Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana Editores.
- Hofstrand, D. (2009). Understanding profitability. *Ag Decisions Makers*, 2, C3-24.
<https://www.extension.iastate.edu/winnebago/sites/www.extension.iastate.edu/files/winnebago/c3-24-1%20Understanding%20Profitability.pdf>
- Jaramillo, M. L. y Tigrero, A. A. (2019). *Análisis de los procesos Logísticos de la Empresa Empacreci S.A. y su incidencia en la Exportación* [Tesis de titulación, Universidad de Guayaquil]. Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil.
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/45793>
- Kapisch, L., Araújo, A., Varela, M. L. R y Machado, J. (2016). Purchase management improvement in a TV company from the Industry District of Manaus (PIM). *Romanian Review Precision Mechanics, Optics & Mechatronics*, (49), B48-B51.
- Karrieva Y.K. (2020). Strategy of functioning of logistics companies in Uzbekistan. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*, 8(9S3), 176-181. <https://doi.org/10.35940/ijitee.I3035.0789S319>
- Loaiza, M. G. (2007). *Análisis, evaluación y mejora de procesos logísticos de ingreso de mercadería bajo régimen de depósito autorizado en un operador logístico: Teoría y ejemplo aplicativo* [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio Institucional de la PUCP.
<https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/301>

- Malpartida-Maíz, O., Román-Córdova, V. S. y Salas-Canales, H. J. (2023). Impacto del comercio electrónico en la gestión de ventas en el Emporio Comercial de Gamarra (Lima-Perú), 2021. *ACADEMO*, 10(2), 245-255.
<https://doi.org/10.30545/academo.2023.jul-dic.9>
- Mashayekhy, Y., Babaei, A., Yuan, X. M., y Xue, A. (2022). Impact of Internet of Things (IoT) on Inventory Management: A Literature Survey. *Logistics*, 6(2), 33.
<https://doi.org/10.3390/logistics6020033>
- Miranda-Novales, M. G. y Villasís-Keever, M. A. (2015). El protocolo de investigación. Parte I. *Revista Alergia México*, 62(4), 312–317.
<https://doi.org/10.29262/ram.v62i4.129>
- Muller, M. (2019). *Essentials of inventory management*. HarperCollins Leadership.
- Munyaka, J-C. B., y Yadavalli, S. V. (2022). Inventory management concepts and implementations: a systematic review. *The South African Journal of Industrial Engineering*, 33(2), 15-36. <https://doi.org/10.7166/33-2-2527>
- Nirmala, D. A. R., Kannan, V., Thanalakshmi, M., Gnanaraj, S. J. P., y Appadurai, M. (2022). Inventory management and control system using ABC and VED analysis. *Materials Today: Proceedings*, 60, 922-925.
<https://doi.org/10.1016/j.matpr.2021.10.315>
- Nwafor, C. A., Yusuf, A., y Shuaibu, H. (2022). The impact of capital structure on the profitability of pharmaceutical companies in Nigeria. *International Journal of Intellectual Discourse*, 5(1), 281-292.
<https://ijidjournal.org/index.php/ijid/article/view/81>

- Oddo, F. (2022). *Main impacts of digital innovation on the purchasing department in healthcare organizations* [Tesis de licenciatura, University of Twente]. University of Twente Repository. <https://purl.utwente.nl/essays/90949>
- Osagie, J. (2021). *What Are the Key Determinants of an Effective Business Process Management in a Logistics Company and Assess How Best a Strategic Business Management Framework Can Be Developed in Order to Enhance Service Excellence: Case Study of Tranex Express Nigeria?* (Publicación No. 29110403) [Tesis de doctorado, University of Wales Trinity Saint David]. ProQuest One Academic.
- Ostolaza, F. V. (2021). *El proceso logístico y la rentabilidad en las empresas exportadoras de productos derivados de Zinc – Callao* [Tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/17048>
- Paricahua, H. R. (2022). Gestión logística y su relación con la rentabilidad de empresas constructoras en la provincia de San Román, Puno. *Quipukamayoc*, 30(62), 67–75. <https://doi.org/10.15381/quipu.v30i62.22179>
- Pavlišová, M. (2015). *Řízení podnikového nákupu ve stavební firmě* [Tesis de licenciatura, Vysoké učení technické v Brně]. Digitální knihovně VUT v Brně - institucionálním repozitáři. <https://dspace.vutbr.cz/handle/11012/42105>
- Pavlišová, M. (2022). *Tvorba logistické koncepce se zaměřením na obchod v podnikatelském subjektu* [Tesis de maestría, Vysoké učení technické v Brně]. Digitální knihovně VUT v Brně - institucionálním repozitáři. <https://dspace.vutbr.cz/handle/11012/206018>

- Priniotakis, G. y Argyropoulos, P. (2018). Inventory management concepts and techniques. *In IOP conference series: Materials Science and Engineering*, 459(1), 012060. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/459/1/012060>
- Rojas, L. J., Torres, Y. L., Herrera, A. F. y Pachón, M. (2021). Propuesta de mejora en los procesos logísticos, particularmente en el despacho de mercancías, de la compañía Boing Global S. de R.L. *Lámpsakos*, (25), e-3535. <https://doi.org/10.21501/21454086.3535>
- Rushton, A., Croucher, P., y Baker, P. (2022). *The Handbook of Logistics and Distribution Management: Understanding the supply chain*. Kogan Page.
- Samanamud, C. I. (2020). *Los procesos logísticos marítimos y costos de importación de la empresa Centro de Distribución para el Perú SAC en el año 2019* [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. Repositorio Institucional UPN. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/27532>
- Sánchez, J. P. (2002). Análisis de Rentabilidad de la empresa. <http://www.5campus.com/leccion/anarenta>
- Santiesteban, E., Fuentes, V. G., Leyva E., Lozada, D. y Cantero, H. *Análisis de la Rentabilidad Económica*. Tecnología propuesta para incrementar la eficiencia empresarial. Editorial Universitaria.
- Solari-Legua, G. A. y Salas-Canales H. J. (2023). Tecnologías de información y comunicación y desarrollo organizacional en el Área Comercial de una compañía peruana de seguros, 2022. *Fides et Ratio*, 25(25), 135-165. <https://doi.org/10.55739/fer.v25i25.131>

Švarc, J. (2020). *Analýza logistických procesů divize WOOD společnosti Matrix a.s* [Tesis de licenciatura, Vysoká škola ekonomická v Praze]. VŠKP.

<https://vskp.vse.cz/80564>

Ventura-León, J. y Caycho-Rodríguez, T. (2017). El coeficiente Omega: un método alternativo para la estimación de la confiabilidad. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 15(1), 625-627.

<https://www.redalyc.org/pdf/773/77349627039.pdf>

Yousefi, S., y Tosarkani, B. M. (2022). The adoption of new technologies for sustainable risk management in logistics planning: A sequential dynamic approach. *Computers & Industrial Engineering*, 173, 108627.

<https://doi.org/10.1016/j.cie.2022.108627>

Abreviaturas

Cadena de suministro: Permite a las empresas obtener los insumos necesarios para crear un producto o servicio y luego entregarlos a los consumidores.

Capital de trabajo: Es un término que se refiere a la cantidad de recursos financieros que necesita una empresa para seguir funcionando y es clave para la sostenibilidad financiera de una empresa.

Cuota de mercado: Se refiere al porcentaje de ventas totales que son generadas por una empresa en específico en su industria.

Globalización: Es un proceso que se caracteriza principalmente por la evolución de las relaciones económicas internacionales, la ciencia y la tecnología de la información (Abdurakhmonova et al., 2021).

Mercados internacionales: Se refiere a los mercados que se encuentran fuera de un propio país y permite el intercambio de bienes y servicios para cubrir las necesidades de los clientes.

Precio de equilibrio: Es una situación en la que la cantidad demandada y ofrecida son iguales y no hay tendencia a que cambie el precio.

Sistemas de información: Esta impacta en la gestión de la cadena de suministro en procesos como el abastecimiento, planificación y la entrega, y en niveles que van desde la estrategia organizacional hasta las operaciones tácticas (Daneshvar y Gargeya, 2019).

Ventaja competitiva: Es un atributo o característica que tiene una empresa que lo hace mejor y más rentable que la competencia, ofreciendo al cliente bienes y servicios de calidad, innovadores y con precios más asequibles.

Work in progress: Término utilizado para describir un pedido o artículo que ha comenzado el proceso de producción, pero que aún no se ha completado y está a la espera de su cumplimiento.

Anexos

Anexo 1: Matriz de consistencia

Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Método
¿Qué relación existe entre los procesos logísticos y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023?	Determinar qué relación existe entre los procesos logísticos y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023.	Existe una relación significativa entre los procesos logísticos y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023.	<p>Metodología: No experimental transeccional correlacional-causal</p> <p>Tipo: Alcance correlacional</p> <p>Enfoque: Cuantitativo</p>
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Población: 16 colaboradores
¿Qué relación existe entre la gestión de compras y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023?	Analizar qué relación existe entre la gestión de compras y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023.	Existe una relación significativa entre la gestión de compras y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023.	<p>Muestra: Censo (16 colaboradores)</p> <p>Técnica de recolección de datos: Encuesta (instrumento: cuestionario estructurado)</p>
¿Qué relación existe entre la gestión de inventarios y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023?	Identificar qué relación existe entre la gestión de inventarios y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023.	Existe una relación significativa entre la gestión de inventarios y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023.	<p>Técnica de procesamiento de datos: Uso de estadística descriptiva e inferencial</p>

<p>¿Qué relación existe entre la distribución y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023?</p>	<p>Evaluar qué relación existe entre la distribución y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023.</p>	<p>Existe una relación significativa entre la distribución y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023.</p>	
--	---	---	--

Anexo 2: Matriz de operacionalización

VARIABLES	DEFINICION	DIMENSION	INDICADOR	ITEM	ESCALA	INSTRUMENTO				
Procesos logísticos	Permite planificar, gestionar y controlar de manera eficiente y óptima todo el proceso desde la adquisición y compra de la materia prima hasta la entrega del producto al cliente final para su uso o consumo.	Dimensión 1: Gestión de compras	Reducción de costos	1	Likert: 5. Totalmente de acuerdo 4. De acuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 2. En desacuerdo 1. Totalmente en desacuerdo	Cuestionario estructurado				
			Manejo de precios	2						
			Relaciones con proveedores	3						
			Cantidad requerida	4						
		Dimensión 2: Gestión de inventarios	Control y monitoreo	5						
			Existencias	6						
			Manejo de stocks	7						
		Dimensión 3: Distribución	Transporte	8, 9						
			Tiempo	10						
			Procesamiento de pedidos	11						
			Almacenamiento	12						
		Percepción de rentabilidad	Es el objetivo que tiene todo negocio, por lo cual, es importante medir la rentabilidad pasada, actual y futura para que toda empresa sobreviva a largo plazo (Hofstrand, 2009).	Dimensión 1: Percepción de rentabilidad económica			Rendimiento	14	Likert: 5. Totalmente de acuerdo 4. De acuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 2. En desacuerdo 1. Totalmente en desacuerdo	Cuestionario estructurado
							Operatividad y competitividad	15		
Asignación de recursos	16									
Dimensión 2: Percepción de rentabilidad financiera	Beneficios netos			17						
	Perspectiva			18						
	Capital social			19						
	Acciones			20						

Anexo 3: Encuesta/instrumento de evaluación

Modelo de cuestionario estructurado**PROCESOS LOGÍSTICOS Y PERCEPCIÓN DE RENTABILIDAD EN UNA EMPRESA
IMPORTADORA DE PRODUCTOS NATURALES, DISTRITO DE MIRAFLORES (LIMA-
PERÚ), 2023**

El objetivo principal de este estudio es investigar la posible relación existente entre los procesos logísticos y la percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales ubicada en el distrito de Miraflores (Lima-Perú) durante el 2023. Durante el transcurso de tu participación, te instaré amablemente a que respondas, de forma completamente voluntaria, a las cuestiones que se te planteen.

La información recolectada será tratada con estricta confidencialidad y se utilizará exclusivamente con propósitos académicos. Agradezco sinceramente tu valiosa participación en este estudio.

Datos generales:

Edad:

 40 a menos 41 a 50 51 a más

Género:

 Masculino Femenino No deseo responder

Nivel de formación:

 Técnico Bachiller Titulado

Años de experiencia en la empresa:

5 años a menos

6 a 10 años

11 a más

Por favor, manifieste su grado de acuerdo o desacuerdo con las afirmaciones que aparecen a continuación, marcando con una X, según la siguiente valoración:

[1] Totalmente en desacuerdo

[4] De acuerdo

[2] En desacuerdo

[5] Totalmente de acuerdo

[3] Ni de acuerdo ni en desacuerdo

Procesos logísticos

DIMENSIÓN	ÍTEM	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
Gestión de compras	1. La empresa trata de reducir costos sin afectar la calidad de los productos ofrecidos.					
	2. Los precios de los productos adquiridos son los apropiados para maximizar las ganancias de la empresa.					
	3. La empresa tiene una buena relación con sus proveedores que los mantienen fidelizados.					
	4. Los proveedores cumplen con la cantidad requerida y justa de los productos solicitados.					
Gestión de inventarios	5. La empresa usa herramientas y técnicas adecuadas para el debido control y monitoreo de los inventarios de manera eficiente.					
	6. La empresa controla el nivel de existencias de manera correcta para reducir el exceso de inventario.					
	7. La empresa cuenta con un buen control y manejo de stocks de					

	manera constante para garantizar la disponibilidad inmediata de los productos cuando sean necesarios.					
Distribución	8. La empresa cuenta con el embalaje apropiado para el transporte de los productos importados.					
	9. La empresa tiene un adecuado canal de distribución para hacer llegar los productos al cliente final.					
	10. Los productos importados son entregados por los proveedores en el tiempo y plazo acordado o solicitado.					
	11. Las personas encargadas están correctamente capacitadas para el adecuado cumplimiento de los pedidos.					
	12. El almacén de la empresa es amplio para poder clasificar y almacenar adecuadamente los productos.					
	13. Las entregas de los productos respetan el plazo establecido y la calidad requerida para cumplir con la satisfacción de los clientes finales.					

Percepción de rentabilidad

A continuación, tienes 7 enunciados más, con cinco opciones de respuesta, desde «totalmente en desacuerdo» hasta «totalmente de acuerdo». Selecciona la alternativa que mejor describa tu situación. Recuerda responder con la mayor sinceridad posible.

DIMENSIÓN	ÍTEM	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
Percepción de rentabilidad económica	1. Las ventas están incrementando las ganancias de la empresa para poder mantenerse rentable a lo largo del tiempo.					

	2. La empresa depende de sus activos para seguir operando y ser competitiva en el mercado.					
	3. La empresa invierte conscientemente en el negocio para poder vender más productos y obtener beneficios.					
Percepción de rentabilidad financiera	4. El beneficio neto de la empresa está acorde con lo esperado.					
	5. La perspectiva de la empresa seguirá siendo favorable en el futuro.					
	6. La empresa tiene el capital social necesario para cubrir los costos de los productos que ofrece y seguir ejecutando sus actividades comerciales.					
	7. Las acciones invertidas por los accionistas están generando liquidez en la empresa.					

Anexo 4: Validez de instrumentos por Jueces Expertos

Facultad de Ciencias Empresariales



ANEXO 18 - A

INFORME DE VALIDEZ DE CONTENIDO Y JUEZ DE EXPERTO

Lima, 03 de marzo de 2023

Estimado Coordinador de Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Científica del Sur.

A solicitud del tesista, se procedió a revisar la matriz de consistencia, matriz de operacionalización y el instrumento que empleará para su investigación. Según detalle:

Título de la tesis	“Procesos logísticos y percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023”
Grado o título que aspira	Licenciada en Administración de Negocios Internacionales
Apellidos y Nombre del (los) tesista (s)	Utrilla Vivanco Josselyn Sonia

Al respecto y de acuerdo con los indicadores mencionados se califica cada uno de los ítems:

VARIABLE 1: PROCESOS LOGISTICOS

Dimensión 1	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Gestión de compras	1. La empresa trata de reducir costos sin afectar la calidad de los productos ofrecidos.	4	4	4	4
	2. Los precios de los productos adquiridos son los apropiados para maximizar las ganancias de la empresa.	4	4	4	4
	3. La empresa tiene una buena relación con sus proveedores que los mantienen fidelizados.	4	3	4	4
	4. Los proveedores cumplen con la cantidad requerida y justa de los productos solicitados.	4	4	4	4

ANEXO 18 - A
INFORME DE VALIDEZ DE CONTENIDO Y JUEZ DE EXPERTO

Dimensión 2	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Gestión de inventarios	5. La empresa usa herramientas y técnicas adecuadas para el debido control y monitoreo de los inventarios de manera eficiente.	4	3	4	4
	6. La empresa controla el nivel de existencias de manera correcta para reducir el exceso de inventario.	4	3	4	4
	7. La empresa cuenta con un buen control y manejo de stocks de manera constante para garantizar la disponibilidad inmediata de los productos cuando sean necesarios.	4	3	4	4

Dimensión 3	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Distribución	8. La empresa cuenta con el embalaje apropiado para el transporte de los productos importados.	4	4	4	4
	9. La empresa tiene un adecuado canal de distribución para hacer llegar los productos al cliente final.	4	4	4	4
	10. Los productos importados son entregados por los proveedores en el tiempo y plazo	4	4	4	4

ANEXO 18 - A
INFORME DE VALIDEZ DE CONTENIDO Y JUEZ DE EXPERTO

	acordado o solicitado.				
	11. Las personas encargadas están correctamente capacitadas para el adecuado cumplimiento de los pedidos.	4	4	4	4
	12. El almacén de la empresa es amplio para poder clasificar y almacenar adecuadamente los productos.	4	4	4	4
	13. Las entregas de los productos respetan el plazo establecido y la calidad requerida para cumplir con la satisfacción de los clientes finales.	4	3	4	4

VARIABLE 2: PERCEPCION DE RENTABILIDAD

Dimensión 1	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Rentabilidad económica	14. Las ventas están incrementando las ganancias de la empresa para poder mantenerse rentable a lo largo del tiempo.	4	4	4	4
	15. La empresa depende de sus activos para seguir operando y ser competitiva en el mercado.	4	4	4	4
	16. La empresa invierte conscientemente en el negocio para poder vender más productos y obtener beneficios.	4	4	4	4

ANEXO 18 - A

INFORME DE VALIDEZ DE CONTENIDO Y JUEZ DE EXPERTO

Dimensión 2	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Rentabilidad financiera	17. El beneficio neto de la empresa está acorde con lo esperado.	4	4	4	4
	18. La perspectiva de la empresa seguirá siendo favorable en el futuro.	4	3	4	4
	19. La empresa tiene el capital social necesario para cubrir los costos de los productos que ofrece y seguir ejecutando sus actividades comerciales.	4	4	4	4
	20. Las acciones invertidas por los accionistas están generando liquidez en la empresa.	4	3	4	4

Firma del Juez Experto

Apellidos y Nombre del experto	Elmer Humberto Martín Pisfil Languasco
Especialidad del experto	Ingeniero Industrial, Magíster en Administración de Negocios, especialista en Gestión por Procesos y Lean Six Sigma.
Código de colegiatura	
Ficha CTI Vitae (*)	Registrado en SUNEDU

ANEXO 18 - A
INFORME DE VALIDEZ DE CONTENIDO Y JUEZ DE EXPERTO

Lima, 03 de marzo de 2023

Estimado Coordinador de Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Científica del Sur.

A solicitud del tesista, se procedió a revisar la matriz de consistencia, matriz de operacionalización y el instrumento que empleará para su investigación. Según detalle:

Título de la tesis	"Procesos logísticos y percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023"
Grado o título que aspira	Licenciada en Administración de Negocios Internacionales
Apellidos y Nombre del (los) tesista (s)	Utrilla Vivanco Josselyn Sonia

Al respecto y de acuerdo con los indicadores mencionados se califica cada uno de los ítems:

VARIABLE 1: PROCESOS LOGISTICOS

Dimensión 1	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Gestión de compras	1. La empresa trata de reducir costos sin afectar la calidad de los productos ofrecidos.	4	4	4	4
	2. Los precios de los productos adquiridos son los apropiados para maximizar las ganancias de la empresa.	4	4	4	4
	3. La empresa tiene una buena relación con sus proveedores que los mantienen fidelizados.	4	4	4	4
	4. Los proveedores cumplen con la cantidad requerida y justa de los productos solicitados.	4	4	4	4

ANEXO 18 - A
INFORME DE VALIDEZ DE CONTENIDO Y JUEZ DE EXPERTO

Dimensión 2	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Gestión de inventarios	5. La empresa usa herramientas y técnicas adecuadas para el debido control y monitoreo de los inventarios de manera eficiente.	4	4	4	4
	6. La empresa controla el nivel de existencias de manera correcta para reducir el exceso de inventario.	4	4	4	4
	7. La empresa cuenta con un buen control y manejo de stocks de manera constante para garantizar la disponibilidad inmediata de los productos cuando sean necesarios.	4	4	4	4

Dimensión 3	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Distribución	8. La empresa cuenta con el embalaje apropiado para el transporte de los productos importados.	4	4	4	4
	9. La empresa tiene un adecuado canal de distribución para hacer llegar los productos al cliente final.	4	4	4	4
	10. Los productos importados son entregados por los proveedores en el tiempo y plazo acordado o solicitado.	4	4	4	4

ANEXO 18 - A
INFORME DE VALIDEZ DE CONTENIDO Y JUEZ DE EXPERTO

	11. Las personas encargadas están correctamente capacitadas para el adecuado cumplimiento de los pedidos.	4	4	4	4
	12. El almacén de la empresa es amplio para poder clasificar y almacenar adecuadamente los productos.	4	4	4	4
	13. Las entregas de los productos respetan el plazo establecido y la calidad requerida para cumplir con la satisfacción de los clientes finales.	4	4	4	4

VARIABLE 2: PERCEPCION DE RENTABILIDAD

Dimensión 1	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Rentabilidad económica	14. Las ventas están incrementando las ganancias de la empresa para poder mantenerse rentable a lo largo del tiempo.	4	4	4	4
	15. La empresa depende de sus activos para seguir operando y ser competitiva en el mercado.	4	4	4	4
	16. La empresa invierte conscientemente en el negocio para poder vender más productos y obtener beneficios.	4	4	4	4

ANEXO 18 - A
INFORME DE VALIDEZ DE CONTENIDO Y JUEZ DE EXPERTO

Dimensión 2	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Rentabilidad financiera	17. El beneficio neto de la empresa está acorde con lo esperado.	4	4	4	4
	18. La perspectiva de la empresa seguirá siendo favorable en el futuro.	4	4	4	4
	19. La empresa tiene el capital social necesario para cubrir los costos de los productos que ofrece y seguir ejecutando sus actividades comerciales.	4	4	4	4
	20. Las acciones invertidas por los accionistas están generando liquidez en la empresa.	4	4	4	4



Firma del Juez Experto

Apellidos y Nombre del experto	MERCEDES OLGA JARA AVELLANEDA
Especialidad del experto	ESTADISTICA
Código de colegiatura	482
Ficha CTI Vitae (*)	http://dina.concytec.gob.pe/appDirectorioCTI/DirectoriotCTI.do?tipo=datosinvestiga

(*)De no estar registrado en DINA deberá declarar estar registrado en la SUNEDU verificar en el siguiente link <https://www.sunedu.gob.pe/registro-de-grados-y-titulos/>

ANEXO 18 - A
INFORME DE VALIDEZ DE CONTENIDO Y JUEZ DE EXPERTO

Lima, 03 de marzo de 2023

Estimado Coordinador de Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Científica del Sur.

A solicitud del tesista, se procedió a revisar la matriz de consistencia, matriz de operacionalización y el instrumento que empleará para su investigación. Según detalle:

Título de la tesis	"Procesos logísticos y percepción de rentabilidad en una empresa importadora de productos naturales, distrito de Miraflores (Lima-Perú), 2023"
Grado o título que aspira	Licenciada en Administración de Negocios Internacionales
Apellidos y Nombre del (los) tesista (s)	Utrilla Vivanco Josselyn Sonia

Al respecto y de acuerdo con los indicadores mencionados se califica cada uno de los ítems:

VARIABLE 1: PROCESOS LOGISTICOS

Dimensión 1	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Gestión de compras	1. La empresa trata de reducir costos sin afectar la calidad de los productos ofrecidos.	4	4	4	4
	2. Los precios de los productos adquiridos son los apropiados para maximizar las ganancias de la empresa.	4	4	4	4
	3. La empresa tiene una buena relación con sus proveedores que los mantienen fidelizados.	4	4	4	4
	4. Los proveedores cumplen con la cantidad requerida y justa de los productos solicitados.	4	4	4	4

ANEXO 18 - A
INFORME DE VALIDEZ DE CONTENIDO Y JUEZ DE EXPERTO

Dimensión 2	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Gestión de inventarios	5. La empresa usa herramientas y técnicas adecuadas para el debido control y monitoreo de los inventarios de manera eficiente.	4	4	4	4
	6. La empresa controla el nivel de existencias de manera correcta para reducir el exceso de inventario.	4	4	4	4
	7. La empresa cuenta con un buen control y manejo de stocks de manera constante para garantizar la disponibilidad inmediata de los productos cuando sean necesarios.	4	4	4	4

Dimensión 3	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Distribución	8. La empresa cuenta con el embalaje apropiado para el transporte de los productos importados.	4	4	4	4
	9. La empresa tiene un adecuado canal de distribución para hacer llegar los productos al cliente final.	4	4	4	4
	10. Los productos importados son entregados por los proveedores en el tiempo y plazo acordado o solicitado.	4	4	4	4

ANEXO 18 - A
INFORME DE VALIDEZ DE CONTENIDO Y JUEZ DE EXPERTO

	11. Las personas encargadas están correctamente capacitadas para el adecuado cumplimiento de los pedidos.	4	4	4	4
	12. El almacén de la empresa es amplio para poder clasificar y almacenar adecuadamente los productos.	4	4	4	4
	13. Las entregas de los productos respetan el plazo establecido y la calidad requerida para cumplir con la satisfacción de los clientes finales.	4	4	4	4

VARIABLE 2: PERCEPCION DE RENTABILIDAD

Dimensión 1	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Rentabilidad económica	14. Las ventas están incrementando las ganancias de la empresa para poder mantenerse rentable a lo largo del tiempo.	4	4	4	4
	15. La empresa depende de sus activos para seguir operando y ser competitiva en el mercado.	4	4	4	4
	16. La empresa invierte conscientemente en el negocio para poder vender más productos y obtener beneficios.	4	4	4	4

ANEXO 18 - A
INFORME DE VALIDEZ DE CONTENIDO Y JUEZ DE EXPERTO

Dimensión 2	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Rentabilidad financiera	17. El beneficio neto de la empresa está acorde con lo esperado.	4	4	4	4
	18. La perspectiva de la empresa seguirá siendo favorable en el futuro.	4	4	4	4
	19. La empresa tiene el capital social necesario para cubrir los costos de los productos que ofrece y seguir ejecutando sus actividades comerciales.	4	4	4	4
	20. Las acciones invertidas por los accionistas están generando liquidez en la empresa.	4	4	4	4



 Firma del Juez Experto

Apellidos y Nombre del experto	MEZA RODRIGUEZ, ROLANDO
Especialidad del experto	NEGOCIOS INTERNACIONALES
Código de colegiatura	CAL 26237
Ficha CTI Vitae (*)	Consignar link https://dina.concytec.gob.pe/appDirectorioCTI/

(*)De no estar registrado en DINA deberá declarar estar registrado en la SUNEDU verificar en el siguiente link <https://www.sunedu.gob.pe/registro-de-grados-y-titulos/>

ACEPTACIÓN DEL PROYECTO DE TESIS Y NOMBRAMIENTO DEL ASESOR DE TESIS

RESOLUCIÓN DIRECTORAL ACADÉMICA DE FACULTAD N° 010-DAFCE-RI-U.CIENTIFICA/VILLA-2023

Lima, 28 de abril de 2023

VISTO:

Los informes de revisión independiente académica y de exoneración del Comité de Ética por parte del responsable de investigación del proyecto de tesis presentado por los alumnos de la Facultad de la Carrera de Administración de Negocios Internacionales

CONSIDERANDO:

Que, de acuerdo al Reglamento General de la Universidad Científica del Sur y los reglamentos de pre/posgrado para obtener el título profesional/ grado académico de Maestro/ grado académico de Doctor en la Facultad de Ciencias Empresariales se debe desarrollar un trabajo de investigación.

Que, de acuerdo a la normativa vigente de la Universidad Científica del Sur, en uso de las atribuciones conferidas al Decano de Negocios

SE RESUELVE:

Aprobar e inscribir el proyecto de tesis presentado por los alumnos de la Carrera Administración de Negocios Internacionales y nombrar asesor para el desarrollo de tesis de lo que se indica en la siguiente tabla:

CARRERA	ALUMNO	TITULO DE TESIS	ASESOR
Administración de Negocios Internacionales	JOSELYN SONIA UTRILLA VIVANCO	“PROCESOS LOGÍSTICOS Y PERCEPCIÓN DE RENTABILIDAD EN UNA EMPRESA IMPORTADORA DE PRODUCTOS NATURALES, DISTRITO DE MIRAFLORES (LIMA-PERÚ), 2023”	HUGO JESUS SALAS CANALES

Regístrese, comuníquese y archívese,



Mg. Omar Rosales Diaz

Decano de Negocios

Administración de Empresas | Marketing y Administración | Administración de Negocios Internacionales