



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO  
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

**Sistema de distribución y rentabilidad en la empresa  
Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, 2022**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADEMICO DE:

Maestro en Administración de Negocios - MBA

**AUTOR:**

Delgado Aguilar, Miguel (orcid.org/0000-0001-8468-4240)

**ASESOR:**

Dr. Ramirez Garcia, Gustavo (orcid.org/0000-0003-0035-7088)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Modelos y Herramientas Gerenciales

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TARAPOTO – PERÚ

2022

## **Dedicatoria**

A mis padres, que me demostraron su apoyo en todo momento.

**Miguel**

## **Agradecimiento**

A Dios, por guiar siempre mi camino, a mi familia, que siempre estuvieron motivándome para cumplir mis objetivos.

**El autor**

## Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de tablas .....	vi
Índice de figuras .....	vii
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>II. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>5</b>
<b>III. METODOLOGÍA .....</b>	<b>31</b>
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	31
3.2. Variables y operacionalización.....	32
3.3. Población, muestra y muestreo.....	32
3.3.1. Población .....	32
3.3.2. Muestra.....	33
3.3.3. Muestreo.....	33
3.3.4. Unidad de análisis.....	33
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	33
3.5. Procedimientos .....	35
3.6. Método de análisis de datos.....	35
3.7. Aspectos éticos .....	35
<b>IV. RESULTADOS .....</b>	<b>37</b>
<b>V. DISCUSIÓN.....</b>	<b>46</b>
<b>VI. CONCLUSIONES .....</b>	<b>50</b>
<b>VII. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>52</b>

<b>REFERENCIAS</b> .....	53
<b>ANEXOS</b> .....	61

## Índice de tablas

Tabla 1	Nivel de sistema de distribución en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022.....	37
Tabla 2	Nivel de rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022.....	38
Tabla 3	Prueba de normalidad.....	38
Tabla 4	Relación entre la optimización y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022.....	39
Tabla 5	Relación entre la integración y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022.....	41
Tabla 6	Relación entre la colaboración y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022.....	42
Tabla 7	Relación entre la sincronización y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022.....	43
Tabla 8	Relación entre el sistema de distribución y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022.....	44

## Índice de figuras

Figura 1	Gráfico de dispersión entre el sistema de distribución y la rentabilidad.....	45
----------	---	----

## Resumen

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre el sistema de distribución y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022. La investigación fue tipo básica, diseño no experimental, transversal y descriptivo correlacional, cuya población y muestra fue de 32 colaboradores. La técnica de recolección de datos fue la encuesta y como instrumento el cuestionario. Los resultados determinaron que el nivel de sistema de distribución, fue medio en 46,9 %, bajo en 28,1 % y alto en 25 %; la rentabilidad, fue bajo, ya que su dimensión económica fue de 7.77% y la financiera fue de 12.72%. Concluyendo que existe relación significativa entre el sistema de distribución y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022, ya que el análisis estadístico de Rho de Spearman fue de 0,974 (correlación positiva muy alta) y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} \leq 0.01$ ); además, solo el 94.87 % del sistema de distribución influye en la rentabilidad.

**Palabras clave:** Distribución, sistema, rentabilidad.



## **Abstract**

The objective of the research was to determine the relationship between the distribution system and profitability in the company Aguilar Tarapoto and General Services EIRL, Tarapoto - 2022. The research was basic type, non-experimental, cross-sectional and descriptive correlational design, whose population and sample was of 32 collaborators. The data collection technique was the survey and the questionnaire as instrument. The results determined that the level of the distribution system was medium in 46.9%, low in 28.1% and high in 25%; The profitability was low, since the economic profitability was 7.77% and the financial profitability of 12.72%. Concluding that there is a significant relationship between the distribution system and profitability in the company Aguilar Tarapoto and General Services EIRL, Tarapoto - 2022, since the statistical analysis of Spearman's Rho was 0.974 (very high positive correlation) and a p value equal to 0.000 ( $p\text{-value} \leq 0.01$ ); In addition, only 94.87% of the distribution system influences profitability.

**Keywords:** Distribution, system, profitability.

## **I. INTRODUCCIÓN**

Dentro del contexto mundial, se establece que la rentabilidad es vista como uno de los ejes transversales de la organización ya que permite conseguir mayores ventajas en el mercado, reducir las posibilidades de recaer en escenarios de turbulencia asociados a la falta de liquidez o solvencia y hacer frente a las contingencias futuras. No obstante, muchas compañías han previsto que existen diversas irregularidades por no tener un control adecuado sobre sus movimientos y prácticas. A modo de ejemplo se menciona que hoy en día el boom tecnológico ha generado que los procesos y actividades internas tomen un nuevo sentido puesto que las actividades centrales asociadas a la administración se realizan por máquinas o instrumentos digitales produciendo un mayor grado de efectividad y control de las funciones. De igual modo, Caiza et al (2019) sustentan que dentro del contexto latinoamericano las pequeñas empresas constituyen uno de los motores de crecimiento, por consiguiente, las autoridades en conjunto con las demás entidades; tanto gubernamentales como no estatales han desarrollado mecanismos que promuevan su auge (p. 3)

Visto desde el contexto internacional, las pymes se han desarrollado con mayor vertiginosidad en los mercados los cuales son el resultado de su alta volatilidad y envergadura, los mismos que han permitido penetrar a nuevos segmentos de mercado. Es importante precisar que gran parte de estos entes comerciales han optado por acogerse a los diversos beneficios tributarios los cuales han desencadenado que éstas crezcan en el mercado sin ningún tipo de perjuicio ni impedimento. Ante esto, Zambrano, et al. (2021), refieren que ante el sustento de una buena organización se puede llegar a conseguir mejores oportunidades de mercado, logrando generar rentabilidad a la empresa de poder seguir creciendo, donde las mypes son las razones del crecimiento del país, ante la existencia de inscripción de muchos de ellos, y que la rentabilidad involucra muchos aspectos dentro de una empresa sobre el inicio de sus costos para poder generar nuevas tasas de ganancias o de mantener el equilibrio comercial, incluso que los procesos administrativos sean generados de manera correcta y ordenada.

En el Perú, todas las empresas incurren por problemas que resolver, y mucho más si se trata de generar rentabilidad, pero en muchas de ellas se no cuentan con un diagnóstico comercial de lo que realmente se debe mejorar o implementar, donde no solo son actos de contabilidad; sino también decisiones administrativas, para que se pueda mejorar para conseguir nuevos intereses comerciales. Al comerciante o empresario, lo que le importa muchas veces antes de perderlo todo es recuperar su capital. Así es a veces el poder competitivo, por lo que la gestión debe de hacerse cargo en buscar un mejor diálogo que les permita brindar una mejor gestión significativa; donde las compras y ventas sean parte de sus decisiones.

En la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto, se ha observado que existe inconvenientes para alcanzar altos índices de rentabilidad. Siendo una de esas causas los altos costos que demanda el sistema de distribución que emplea la empresa, debido que al ser proveedora de bienes y servicios del Estado; esta emana gastos en la distribución a las diferentes instituciones estatales, generando gasto en almacén de los bienes, reparto y los costos de transporte que hace que la empresa tenga altos niveles de gastos y por ende tenga menos porcentaje de ganancias. El incremento o demora en la distribución también ha incrementado costos en el personal y demás costos que incurre brindar un adecuado servicio dentro de los periodos de tiempo fijado.

En base a lo anterior se presenta al **problema general**: ¿Cuál es la relación entre el sistema de distribución y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022? Los **problemas específicos**: ¿Cuál es el nivel de sistema de distribución en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022? ¿Cuál es el nivel de rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022? ¿Cuál es la relación entre la optimización y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022? ¿Cuál es la relación entre la integración y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales

EIRL, Tarapoto – 2022? ¿Cuál es la relación entre la colaboración y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022? ¿Cuál es la relación entre la sincronización y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022?

El estudio se justifica **convenientemente**, pues sirve como instrumento para que los directivos tomen mejores decisiones, con la finalidad de mejorar los canales de distribución y rentabilidad. **Relevancia social**, se procura que la empresa desarrolle herramientas que refuercen los procesos y obtengan los niveles de utilidades programados. **Valor teórico**, se apoyó de teorías actuales y autores reconocidos que refuercen cada variable. **Implicancias prácticas**, se formuló alternativas de solución en pos de que los encargados puedan diseñar estrategias para mejorar los medios de distribución y se obtenga las ganancias deseadas; de modo que, se convierta en un ente referente en el sector y se incentive a la competitividad. **Utilidad metodológica**, ofreció un aporte sobre los cuestionarios desarrollados los cuales pueden ser usados por otros autores.

En lo concerniente a los objetivos, el **objetivo general** es: Determinar la relación entre el sistema de distribución y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022. Los **objetivos específicos**: Identificar el nivel de sistema de distribución en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022. Analizar el nivel de rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022. Establecer la relación entre la optimización y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022. Establecer la relación entre la integración y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022. Establecer la relación entre la colaboración y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022. Establecer la relación entre la sincronización y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022.

Para finalizar este primer apartado, se menciona a continuación la **hipótesis general**: **H<sub>i</sub>**: Existe relación significativa entre el sistema de distribución y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022, y como **hipótesis específicas**: **H1**: El nivel de sistema de distribución en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022, es alto. **H2**: El nivel de rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022, es alto, **H3**: Existe relación significativa entre la optimización y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022. **H4**: Existe relación significativa entre la integración y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022. **H5**: Existe relación significativa entre la colaboración y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022. **H6**: Existe relación significativa entre la sincronización y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022.

## II. MARCO TEÓRICO

En un **ámbito internacional** se tiene a Pico et al. (2020), quienes desarrollaron un estudio básico, enfocado en el diseño no experimental, para efectos de la población y muestra se consideró un total de 373 instituciones. La técnica por la que optaron los investigadores para recoger los datos cuantitativos fue la encuesta mediante el uso del cuestionario. Concluyeron que, se puede evidenciar varios factores mediante el ordenamiento de los procesos de inventarios de los ingresos y salidas de productos, con el origen de poder mantener un buen aspecto administrativo y el orden que figure la buena imagen de los consumidores, y muchas más si se integra la instalación de las tecnologías al ser parte del manejo mediante sistemas para poder tener una accesibilidad de las recepciones de pedidos y de poder ser enviados de manera ordenada y según el orden de pedido.

Asimismo, Calero et al. (2020), en su recurso de investigación básica, no experimental, los integrantes que conformaron la población muestral estuvieron constituidos en su totalidad por todos los colaboradores de la empresa. La encuesta fue seleccionada como la principal técnica de recojo de datos a través de un conjunto de preguntas definidas en el cuestionario. Concluyeron que, la organización interna sobre el sistema de control de rendir cuentas de manera inmediata sobre los pedidos que suceden diariamente es deficiente, lo cual da una razón de eficiencia en el orden de la logística en ser más competitivo ante la buena organización dirigida, ante los sistemas de ayuda a que se mantengan un mejor control sin alborotos.

Es así que, Álvarez y Pizarro (2022), efectuaron un estudio básico, no experimental, 10 funcionarios comprendieron el total de unidades a investigar, es decir, conformaron tanto la población como la muestra. La técnica que eligieron fue la encuesta que estuvo acompañada del cuestionario. Concluyeron que, se evidencia una correlación positiva ante la elaboración de los estados financieros de poder mantener una gran utilidad permanente, por lo que da a mencionar que la empresa PROIMEC S. A. genera una gran rentabilidad, resultado de esto se debe por la gran

organización que cuenta y mantiene, con el hecho de trabajar en base a metas y cumplimientos de las visiones que tienen por conseguir.

Dentro del **contexto nacional** se citó a Guevara y Flores (2021), en su estudio de tipología básica, diseñado no experimentalmente. 20 directivos integraron la población muestral, la técnica empleada fue la encuesta mediante el cuestionario. Concluyeron que, existe una correlación positiva entre los activos y pasivos por su gran gestionamiento administrativo y contable, por lo que garantiza tener una gran rentabilidad, pese a que atraviesa muchos perjuicios por el hecho de ser un sistema financiero, donde va existir aspectos dentro de los procesos administrativos que se debe de mejorar, como parte de no ampliar los malos aspectos y caer en defensas de no poder recuperar, ya que ante existencias de lavado de dinero y narcotráfico puede posicionar en un mala imagen a la entidad.

Asimismo, se cita a Villanueva y Phala (2021), en su publicación científica de tipo básica, no experimental, al ser una población de fácil procesamiento se contó con la misma cantidad de entidades para conformar la muestra la cual ascendió a 6 instituciones. La encuesta hizo posible la obtención de datos relevantes a través del cuestionario y concluyeron que, la liquidez y la rentabilidad van de la mano según los datos estadísticos comprobados con los datos recolectados bajo la encuesta. Por lo que ambos relacionan a temas empresariales, de que si se tiene liquidez se tiene solvencia de dinero y rentabilidad, mediante la obtención de un buen margen de ganancia ante la inversión de grandes actividades. En consecuencia, hace que se genere ganancias y utilidades, aunque a veces pueda tener sus bajas en causar que la rentabilidad no respondan muy bien, por lo que se debe a las ocasiones de la renovación del equipo organizacional, lo cual involucra muchos cambios sin ningún estudio de aplicación.

Mientras tanto, Céspedes (2022), vio conveniente realizar un estudio básico, no experimental, donde la población y muestra estuvo integrada por 143 empresas. La técnica elegida por los investigadores fue la encuesta y el instrumento el cuestionario. Concluyó que, hay una fuerte correlación de

los resultados de los estados financieros generó una gran rentabilidad al mostrar una buena cifra de las utilidades que se han generado durante el ejercicio, lo cual refuerza a que las empresas mypes sigan creciendo y aumentado más establecimientos de poder pertenecer al mundo del comercio, donde inserten sus actividades de poder servir al consumidor y de que se obtengan mejores opciones de elegir. Además, los entes analizados tienen la beneficencia de poder financiarse mediante bancos, y con el mismo estado, para poder seguir ejerciendo su negocio de una mejor implementación.

Dentro del **ámbito local** se consideró a Sajami (2022), quién vio oportuno llevar a cabo un informe de investigación básica, no experimental, 90 colaboradores conformaron la población muestral. La técnica seleccionada fue la encuesta a partir del diseño de preguntas plasmadas en el cuestionario. Concluyó que, el nivel de sistema de distribución ha conseguido arrojar que un 13.33% es bueno o resultante de poder seguir manteniendo su instalación. Eso se ha debido que los inventarios no han llevado un buen control por mucho tiempo, pese a que tenían la disponibilidad de un sistema, para ser más accesible de poder ejecutar o ser desarrollada, y esto se debe al personal administrativo a cargo.

En tanto, Ríos (2020), desarrolló un estudio básico, no experimental, 100 personas conformaron el conjunto de elementos a investigar, o sea, la población muestral. La encuesta favoreció el cumplimiento de los fines mediante la disposición directa del cuestionario. Concluyó que, la gestión de la cantidad de medicamentos permanece, vendidos, comprados, y vencidos, no hay una exactitud de poder mostrar cuánto se tiene cada uno de ellas, por lo que no se hizo un control de inventarios eficientes, por lo que arroja de no contar con los medicamentos suficientes.

Aunado a esto, se tiene a Gonzales (2021), efectuó un estudio básico, no experimental. El conjunto de elementos a evaluar fue 100 personas, la técnica empleada fue la encuesta mediante el cuestionario y concluyó que, existe relación significativa entre la gestión de créditos y la rentabilidad de



la empresa Importaciones Sur, Tarapoto – 2021; porque ha sido conveniente que su buena administración de tomar mejores decisiones dispongan un orden que acredite crecimiento a la empresa, de poder ayudar a que consiga un mejor nivel de aceptación o de recuperar los tiempos atrás de su posicionamiento de generar créditos.

Para la primera variable **Sistema de distribución** se citó a Los Santos (2006) define que es la sincronización de actividades para poder optimizar la distribución de los bienes mediante la colaboración e integración del todo el personal para conseguir los objetivos propuestos.

En tanto, Berselli et al. (2018), definieron que el sistema de distribución es parte de la tecnología que ha sido muy inteligente de permitir contar con sistemas administrativos al poder estar divididos en distintas funciones que acredite llevar un mejor orden y control de las actividades a operar. Asimismo, Cañizares (2021), las empresas actualmente se destacan en poder seguir compitiendo o generando permanencia frente al estar pendiente de las necesidades de sus clientes, por lo que buscan otras formas de poder generar información acerca de la distribución de sus productos a ofrecer. (p. 610)

Para Mejía et al. (2018), cualquier organización empresarial, tiene su propia línea de clientes y contactos de poder hacer negocios, donde en su entorno es poder asegurar que su negocio genere rentabilidad al conseguir mayor productividad, por lo que al generar un sistema de distribución cada área asume una gran responsabilidad de poder responder a ciertos actos permitidos, de poder estar a cargo desde su producción hasta su consumidor final. Por su parte, Sánchez et al. (2021), señalan que el sistema de distribución puede estar en cualquier actividad de negocio, mayormente en las empresas productoras de poder contar con niveles de distribución sobre los recursos y otros gastos indirectos, incluso los gastos administrativos y de ventas, donde cada uno cumplen una función de mover al producto final.

Autores como Pico et al. (2020) aseguran que el tema en evaluación corresponde a una perspectiva integral acerca de los factores logísticos que intervienen dentro del departamento de producción los cuales están asociados al aprovisionamiento, fabricación y distribución. Por ejemplo, este primer componente tiene como finalidad planear y administrar los recursos que recibe la empresa los cuales son imprescindibles para elaborar un bien; en tanto, la segunda se focaliza en gestionar los materiales que han sido recepcionados para incorporarlos dentro de la cadena de suministro. Por último, la distribución se encuentra asociada con los canales o medios que ha previsto la empresa para hacer llegar su producto hacia los diversos espacios del mercado de manera que este sea accesible al consumidor.

Siguiendo a Calero et al. (2020), en estos últimos tiempos las empresas atraviesan por un escenario nada estable debido a que existen un sinnúmero de factores que mueven vertiginosamente el escenario comercial, por ende, generan nuevas modalidades de direccionamiento. Ante esto, las compañías han visto conveniente diseñar actividades y estrategias que mejoren los canales y sistemas de distribución los cuales le permitan optimizar el tiempo, así como el uso práctico de las capacidades. Bajo este marco, se entiende a la variable como el departamento que se encuentra asociado con el ciclo financiero y productivo de un ente, el cual abarca desde la incorporación de materiales hasta la disposición del bien terminado a los clientes externos, logrando de esta manera conseguir un mayor volumen de ventas y con ello el reforzamiento del recaudo económico.

También, Sajami (2022) lo concibe como una actividad donde se busca utilizar los elementos productivos de una compañía de manera inteligente, de tal forma que se superen las expectativas del target. Este sistema se encuentra relacionado a su vez con el desarrollo de alternativas eficientes de producción y con la sincronización de las áreas pues se busca conseguir un mayor valor para el consumidor. Este concepto va mucho más allá del simple hecho de transformar una materia inicial en un producto terminado, pues involucra el relacionamiento con el proveedor hasta el consumo del

cliente final. Es por tanto imprescindible que se tenga en cuenta un análisis meticuloso sobre las praxis internas como las actividades externas que realiza el ente ya que esto facilitará la transferencia de datos entre los diversos actores que intervienen en la cadena productiva.

Para Manrique et al. (2019), al establecer un sistema de distribución hace posible de poder llegar un mejor control de las actividades según al funcionamiento que establecen donde cada uno pueda responder sobre las funciones encargadas, ante faltas graves de poder cometer en la entrega de cada producto o incluso del despacho. Por consiguiente, Reyes (2021), lo que integra es que el sistema de distribución genere armas buenas conceptos de poder ayudar a que la empresa tenga un mejor control de lo que ingresa y sale. Hace que la distribución sea ordenada y que depende de ese resultado obtendrá una información exacta si hay rentabilidad disponible frente a lo que opera.

Según Pico et al. (2020) la distribución puede ser concebida como aquella actividad o función que facilita el traslado de los bienes que produce una determinada institución hasta ponerlos a disposición del consumo humano. Por lo tanto, es dable afirmar que incorpora una serie de flujos ordenados y sistémicos que posibilitan situar los productos hacia el consumidor concibiendo factores relevantes como son la forma de entrega, el tiempo, lugar y el suministro adecuado.

Por otro lado, Sajami (2022) entiende a la variable como aquellas fases que hacen posible que el bien se encuentre disponible hacia los usuarios finales o inclusive las propias industrias. Estas plataformas posibilitan el flujo de los bienes por medio de intermediarios, también puede ser considerado como un procedimiento en el cual convergen diversas empresas o personas con el propósito de hacer llegar el producto hacia el cliente. Un integrante que juega un rol importante en este proceso es el intermediario, el cual hace posible la comercialización de los bienes y minimiza la apertura de nuevos establecimientos generando consigo un mayor número de ventas y mayor acaparamiento del mercado. Los grandes motores comerciales acuden a los intermediarios porque estos facilitan la disposición del bien en diversos segmentos del mercado y promueve que

las personas adquieran el bien. A través de los diversos contactos, tiempo de servicio, especialización y demás actividades los intermediarios ponen a disposición de las grandes corporaciones mayores beneficios lucrativos de los que estos podrían obtener por su propia iniciativa.

De igual manera, Sánchez et al. (2021) establecen que la distribución tiene como finalidad conectar a la empresa con el público objetivo ya sea consumidores, clientes, productores o proveedores lo cual genera grandes repercusiones de tipo social y económico que permiten finalmente favorecer el desarrollo de la comunidad y del Estado en general. Es decir, se trata de un instrumento imprescindible que tiene como fin crear valor o utilidades abarcando desde el inicio de la fabricación hasta la distribución directa por los diversos canales. Es importante acotar que la variable de estudio es una función empresarial que facilita que un ente comercial que produce ya sea bienes o servicios llegue hasta el cliente generando mayores niveles de utilidad y competitividad.

En este marco, Reyes (2021) indica que los puntos de distribución son: 1. El intercambio, hace referencia a que la entidad comercializa un conjunto de bienes que produce a cambio de un precio específico que debe pagar el cliente para adquirirlo. 2. Relación entre producto/ consumo, este nace a partir del estudio que se realiza en el mercado a través del cual se configura los canales o medios de distribución que se emplearán. 3. Marketing, son las actividades que realizan los directivos a fin de incrementar la cartera de clientes posicionarse en el mercado y llegar a un mayor número de consumidores.

Además, Fontalvo (2019) dictamina que el tema de estudio posee un conjunto de características que revelan su importancia en primer lugar, es considerada como una función estratégica el cual es diseñado por profesionales quienes asumen el reto de orientar las actividades internas así como fortalecer los canales de producción y distribución de manera que se alcance la sostenibilidad y rentabilidad esperada a un largo plazo. Además, es un tema que facilita el control de los inventarios tanto de los bienes que se producen como de los ingresos y gastos que se han incurrido durante el proceso de fabricación. Por último, es una variable que impacta

en la disposición del precio final el cual por diversos motivos puede ser variable o alterado. En tanto, García et al. (2022) manifiestan que el sistema de distribución son instrumentos que sirven de apoyo para que pueda existir una adecuada distribución de los recursos, minimizando los posibles riesgos que se puedan presentar.

Por otro lado, Cañizares (2021) manifiesta que el tema incorpora un conjunto de funciones que dinamiza el rol empresarial, mismo que se encuentra integrada por una serie de acciones que hacen posible que el bien producido sea adquirido en diversas jurisdicciones e inclusive naciones. Bajo lo mencionado, se definen las principales funciones que posee: Adquisición y venta, son acciones que se realizan para promover la elasticidad del mercado, permitiendo lograr una negociación favorable para las partes involucradas. Esta primera función, además, implica la ejecución de acciones de comunicación en la que se estipulan términos de compra, como son: tiempo de envío, costo, devoluciones, medios de pago, reclamos, etc. Logística, hace referencia a aquellas actividades específicas que se realizan para poner a disposición del cliente lo que produce la empresa. Esta actividad no existiese si el consumidor fuera quién acudiese al establecimiento para adquirir los bienes que produce una compañía.

Asimismo, los autores Mejía et al (2018) destacan las siguientes funciones: Regulación, también es conocido bajo la nominación de fraccionamiento. Es aquella donde se transforma un elemento en un bien acabado agregando un valor adicional, esta función integra un conjunto de canales y procedimientos en los cuales se trasladan ciertos montos o lotes a otra entidad. El productor o comerciante, por lo general adquiere lo necesario entre recursos y materiales de empresas mayoristas, esto a raíz de que la cantidad a pagar es inferior. Esta función da a entender que las mypes compran grandes cantidades de mercancías a compañías mucho más grande esperando tener un mayor margen de ganancias. Relacionados con la venta, son movimientos que se realizan para presentar y promocionar los bienes donde el marketing juega un papel sumamente primordial para ganar reconocimiento en menor tiempo en el mercado, es importante además que en esta función se establezcan políticas de seguimiento y

asesoramiento al cliente resaltando en particular los atributos que posee el bien y los beneficios que genera cada uno de ellos.

Siguiendo a Berselli et al. (2018) hoy en día existen diversos mecanismos y sistemas de distribución que permiten a la empresa obtener un mayor nivel de utilidad. Se menciona la existencia de tres tipos de distribución siendo uno de ellas la intensiva, la cual consiste en una metodología que se centra específicamente en atender la demanda del mercado; es decir, la empresa trata en lo posible de contar con los productos que comercializa en los diversos puntos de venta de manera que el cliente puede adquirir el bien en cualquier establecimiento que frecuente. Selectiva, hace referencia al proceso de seleccionar datos en el que incurre el consumidor para buscar los productos más sobresalientes del mercado. Este criterio está sujeto al deseo y a la necesidad de la institución para promover una imagen de calidad superior a los de la competencia, además, suele limitar al comprador ya que al poseer estándares elevados incrementa su costo, lo cual limita su capacidad adquisitiva. Exclusiva, se refiere a que los bienes que produce una determinada institución solo son vendidos en determinados puntos o agencias comerciales, este acuerdo de comercio solo se logra entre el fabricante principal y el representante. Además, este puede ser comercializado en determinadas jurisdicciones y no pueden ampliarse a otras líneas de mercado sin que no se tenga la autorización debida del ente.

Mientras Zapata et al. (2020), fomentaron que, el sistema de distribución se basa en poder tomar el control mediante programas que la empresa decide implementar según sus necesidades sobre sus actividades, que recorren distintas áreas para poder distribuir bienes y servicios ante los usuarios. Mantienen un control de acceso para poder acceder de cómo va ser el pedido que pertenece a cada uno, donde mediante la información de un sistema ya tiene todo anotado bajo un registro digital de la disposición que se tiene que distribuir para la ejecución de acciones, por lo que el ente trabaja en base de distribución de funciones, de encargos por realizar con la intención de cumplir metas y objetivos; como toda entidad cuenta con su responsabilidad de encaminar hacia una dirección de conformidad de

conseguir grandes logros que ayude a crecer como empresa y como ingreso económico, porque no sólo es basarse en liderar y controlar; sino se enfoca en poder ocuparse de toda las responsabilidades para el funcionamiento de actividades y para poder generar un buen servicio mediante el buen planteamiento que se programa para cada área.

Por su parte, Ríos (2020) enfatiza que el auge de una compañía comercial se ve reflejada en la reducción de sus costes y en la satisfacción que muestran sus clientes directos. Cabe destacar que para lograr lo anterior es imprescindible disponer de un sistema eficiente de distribución ya que esto permite que se cuente con políticas de trabajo óptimas; se controle adecuadamente los tiempos de producción y se cuente con el flujo financiero necesario para generar mayor inversión y ganancias. Toda institución lucrativa debe clasificar con antelación los procesos de distribución; ya que esto permite asegurar la sinergia entre las etapas y subprocesos lo cual a su vez faculta conseguir una cadena de distribución exitosa y mejorar el servicio que se brinda a los terceros. Además, Saehu et al. (2022) mencionan que la distribución facilita un manejo adecuado de los datos o indicadores que ingresan al sistema de logística de una organización, mejorando el desarrollo y cumpliendo con efectividad todo el proceso.

En contraste con Reyes (2021) en estos últimos años los entes han afrontado múltiples retos asociados con la disposición de los productos tanto a nivel interno como fuera de su jurisdicción, esto a causa que la comercialización de los productos terminados no posee barreras altas, ni grandes restricciones. Los bienes son elaborados dentro de un área específica de la organización y posteriormente estos son transportados por diversos medios para ser dispuestos en manos de los consumidores finales. Por otra parte, se resalta que los clientes poseen una mayor variedad de bienes acabados por lo que la decisión de adquisición se torna mucho más compleja a comparación de las décadas anteriores, ante este escenario se rescata que la competencia de las empresas ya no es únicamente local, sino que transita a un escenario más amplio, lo anterior

ha generado que las empresas innoven continuamente y adopten metodologías de trabajo mucho más eficaces.

Según Fontalvo (2019) las áreas que integran la empresa poseen características peculiares, no obstante, todas se conjugan para lograr un propósito en concreto, uno de los departamentos más representativos que posee las compañías es la de producción ya que en ella se realizan múltiples actividades y operaciones relacionadas con la transformación el cual involucra el trabajo coordinado de los colaboradores, así como la disposición eficiente de la jornada laboral y el uso óptimo de los recursos materiales y financieros. Por medio de la fabricación, los insumos se convierten en bienes de gran valor para los usuarios y a través de la distribución se asegura que lo producido llegue oportunamente a manos del cliente.

Por su parte Reyes (2021), afirmó que, el sistema de distribución es parte de la gestión de ventas con la intención de aumentar ingresos económicos mediante la obtención de una lista mayor de clientes, donde la estrategia radica en poder implementar distintos canales de comunicación de cómo poder informar y comunicar con sus clientes mediante sus productos de bienes y servicios que ofrecen, porque mientras desarrolle un buen plan de distribución, mucho mejor será la satisfacción de sus clientes de poder recibir un mejor servicio, donde todo esté controlado y supervisado de que se puedan realizar las actividades de manera correcta e impecable, porque ahora los clientes ya necesitan poder comprar mediante sistemas digitales de poder ver los productos que cada empresa genera en la competencia de mercado, es por eso que las empresas deben someterse a un mejor implemento de distribución mediante programas sistemáticas para poder vender por los distintos medios y garantice su buena popularidad respecto a sus clientes y usuarios.

Sin embargo, Fontalvo (2019), describió que, el sistema de distribución son canales de distribución de acuerdo al rubro de su empresa para poder contar con ingresos económicos, por ejemplo se puede contar con empresas productoras, donde cada uno cumple una función distinta para poder lograr un buen producto final, y de obtener otra área que se



responsabilice de su distribución en los distintos establecimientos según el tipo de pedidos que tiene por enviar, al mismo tiempo existe empresas que no son productoras, que se dedican a vender distintos productos, pero son distribuidos por distintas partes, donde cada fila es un producto distinto donde cada cliente pueda diferenciar y además mediante la obtención de sistemas también cada producto cuenta con un código de registro según su categoría, esto quiere decir que ya está distribuido para hacer más fácil a los clientes de poder brindarles la atención requerida, y esto logre un mejor desarrollo para la empresa en aumentar su rentabilidad de generar un nuevo nivel de gestión administrativa y de ventas.

Por su parte Meleán y Velasco (2017), estableció que, el sistema de distribución que utiliza de acuerdo a la necesidad de cada empresa o al tipo de actividad que realiza, mediante la obtención de bienes o servicios por ofrecer, ya que existen empresas productoras de encargarse de producir y de vender a distintos medios, o solo de producir y encargar a otra empresa que se encargue de las respectivas ventas, eso hace la diferencia de poder canalizar la distribución, es por eso que también va de acuerdo a las decisiones que toma cada empresa de saber sobrellevar y generar una nueva línea de clientes. Es por eso que Mejía et al (2018), complementaron que es importante aplicar un sistema de distribución donde cada usuario pueda instalar o implementar de acuerdo a su necesidad de poder vender su producto, es la cuestión también de un buen plan para diseñar la estructura de poder manejar una empresa, porque toda entidad requiere generar ingresos económicos para poder solventar o sustentarse, y lograr su existencia ante la competencia, y esto ayuda a mantener el orden donde cada uno mantiene una función distinta de poder pasarse a otra fase para un resultado final, de conseguir un proceso de desarrollo eficiente y continuo.

Para Cañizares (2021), el sistema de distribución es como fases según la tipología de bien que se programa en cada carpeta de búsqueda para una determinada información, por lo que la empresa realiza mediante su instalación es resaltar facilidad de búsqueda de productos ante los clientes para no tener una atención con demora, lo cual haga ver el orden de cada

producto y pueda ser ubicado de inmediato, las empresas grandes trabajan mediante un sistema de distribución, para la atención de bienes y servicios de manera fácil y accesible, logrando a que los clientes puedan tener esa facilidad de consultar y lograr una respuesta inmediata, es un facilitador de lograr generar más ventas, donde todo esto genere rentabilidad que ayude a mejorar la calidad de producto y el buen servicio por parte de la empresa mediante el manejo de su equipo organizador, de poder estar pendiente de reforzar mediante el sistema de distribución para su gran enfoque de cumplimiento de metas, como parte de alcanzar una nueva misión como reto competitivo.

Por su parte Mejía et al (2018), afirmaron que, el sistema de distribución lo que resalta en tomar decisiones de cómo proceder a plantear el sistema para su proceso de atención a los usuarios de necesitar información inmediata de cada producto que ejerce la entidad, con la intención de tener opciones de poder elegir variedades de productos según la clase de distribución, por lo que esto va resaltar en el orden y buen manejo de distribución que cuenta con una accesibilidad de poder elegir de manera correspondida y ser despachada según la toma de pedidos por cada cliente o usuario. Mientras Sánchez et al (2021), coopera que el sistema es parte de una resolución tecnológica que ha permitido programas varios software de permitir ser de gran uso diario dentro de las empresas ante la aplicación de sus actividades de poder adaptarse al rubro y necesidad de operación de cada empresa, lo cual genera grandes ingresos por mantener el orden según su calificación de tipo de productos, por lo que identifica tener una respuesta inmediata hacia sus usuarios de poder consultar y conseguir información si está de acuerdo de ser su mejor elección, logrando a conseguir un mayor nivel de clientes de tener la facilidad de acceso de poder consultar sobre cada producto, para formar parte de una compra. Gracias a este proceso de distribución se hace posible que se maneje y de acuerdo a la decisión de cada empresa según su rubro de actividad y la necesidad de su existencia como empresa.

Según Berselli et al. (2018), detallaron que, el sistema de distribución ha logrado ser un intermediario de poder conseguir rentabilidad mediante la

nueva modalidad de poder distribuir funciones y actividades correspondientes según las actividades que produce cada empresa, por lo tanto, lo que busca es impulsar rentabilidad para un mayor crecimiento oportuno de nuevas prioridades como empresa ante las grandes competencias. Donde todo esto genera que el sistema de distribución logra impulsar a que los usuarios mantengan la conformidad de un buen trabajo y compromiso que se demuestra cada día, ante la distribución de cada persona frente a su función, donde esto logrará a que estén al tanto de su participación de poder intersectar acciones de implementación, porque esto está basado en el lograr conseguir metas y objetivos establecidos.

Sin embargo, Sánchez et al (2021), explicó en su propio contexto que, lo que busca en los entes es tomar decisiones de poder clasificar según el rubro de empresas para el funcionamiento de actividades sobre los tipos de productos por ofrecer ya que no sólo es tratarse de venta de bienes sino también de servicios, donde todo es ejercido mediante un sistema digital ante distintos procedimientos donde cada cumple una función para poder entregar un servicio completo o según su necesidad. Esto logra determinar la tanta falta de poder mantener una accesibilidad de datos correspondientes según la clase y tipo de producto de poder elegir, lo que logrará a que cuente con resultados eficientes de conseguir mayor número de clientes al poder generar el tipo de servicio y poder registrarse de manera fácil según su plataforma de digitalización donde ya todo se tendrá anotado automáticamente para ser correspondido ante cualquier consulta de duda y otros datos de información; logrando conseguir así mediante este sistema una decisión organizada por parte de la gestión organizacional.

Además Manrique et al (2019), detallaron en su propio contexto de que, el sistema de distribución ya está basada en canales de distribución según la clase y el tipo de producto sea un bien o un servicio por ofrecer a sus usuarios, donde se va adecuando de acuerdo al tipo de empresa, que necesita la instalación con una resolución más actualizada, de poder tomar decisiones inmediatas de lograr ventas de gran consentimiento oportuno de seguir produciendo a menudo por los grandes pedidos que se van acumulando según el tipo de servicio o producto que cada cliente elige,

siendo una plataforma más accesible de poder informarse, por lo que esto lograra rentabilidad de poder asegurar un crecimiento de un cambio de gestión administrativa de poder interactuarse a base de manejos de equipos digitales para un mejor respaldo de información y conseguir tener carpetas de seguridad sobre el registro de cada producto y el cliente que desea poder adquirirlo, permitiendo a que se sientan comunidad y conformidad de un buen servicio.

De acuerdo a Zapata et al (2020), la eficacia del sistema de distribución va depender mucho de quien los maneja, o la persona a cargo de llevar los controles de hacer que funcione, porque toda empresa está distribuida en clases de productos, para mantener un mejor control de inventarios. Asimismo, Alemán et al. (2019), dispone de que el control de inventarios es parte del sistema de distribución que se amerita dentro de una empresa para asegurar la disposición de cada producto dividido, y a la vez tener el control de que producto se vende más y que producto está en permanencia por mucho tiempo, y que productos se tiene que comprar, y mediante eso se puede saber la rentabilidad de cada producto.

Para Meleán y Velasco (2017), señala a la distribución es como la buena opción que necesita una empresa, por lo que amerita que tiene una mejor organización donde cada área responde por si sola del cargo asignado. Fontalvo (2019), la competitividad puede ser uno de las preocupaciones en muchas empresas, sino acogen en permitir una distribución de funciones, sobre la logística de cada clase de producto y así no confundir que clase se adquiere más durante un periodo establecido.

En la dimensión estuvo citado por Los Santos (2006) Primera dimensión. **Optimización:** es poder distribuir que cada clase de producción sea operado de manera individual, con una propia área administrativa para mantener un mejor orden de ser considerado de conseguir mejores resultados operativos, nos referimos, una área administrativa, área de distribución, área de almacén, área del personal, y entre otras área, lo cual

cada uno priorice sus mejores coordinaciones, de cumplir necesidades y responder sobre sus responsabilidades de mantener informados de cada movimiento requerido, y así se puede lograr permanencia de operatividad ante conseguir una mayor rentabilidad.

Segunda dimensión. **Integración:** es poder ser parte de que cada uno se haga responsable de las actividades adquiridas, y mucho más si se trata de la distribución de almacén lo cual importa frente al comercio, de poder asegurar que sus productos estén rotando de tener salida operativa, lo cual esto lo va decidir la información que presentan el área de inventarios, lo cual especifica fechas de ingresos y salidas, precios , cantidades, y que productos se dieron de baja, al mismo tiempo poder estar a cargos de los transportes, y la entrega hasta el almacén de su cliente, todo forman parte de su integración sobre la asignación de su responsabilidad.

Tercera dimensión. **Colaboración:** es la parte más predecible y de gran perseverancia, de que los proveedores se mantengan conectados con sus clientes, mediante conectores donde puedan facilitar sus dudas y responder sus respuestas, para poder acreditar un gran vínculo directo sobre conocer un poco más al cliente y al mismo tiempo hacer caso a su necesidad, es por lo que ante la integración de la tecnología se ha conseguido determinar que puedan ser atendido de manera virtual ante los pedidos y escogidos mediante un catálogo virtual para ser llevados inmediato, por lo que su sistema integra ya una distribución de productos según la producción de qué clase y tipos de productos se necesitar comprar y vender.

Cuarta dimensión. **Sincronización:** es que cada empresa tiene establecido sus propias metas y objetivos, y al mismo tiempo de poder cumplir su misión y conseguir una visión de ser el mejor en un futuro, y esto hace que sincronicen una mejor distribución de actividades de que cada uno consiga responder por su función para que de manera conjunta se logre las metas y objetivos establecidos, al poder conseguir llevar un mejor control de

inventarios lograr asegurar de no poder desperdiciar muchos productos y ser avisado a tiempo su desmedro y merma por ocurrir.

En lo referido a la **Rentabilidad** Contreras y Díaz, (2015) opinan que de que toda empresa asume su permanencia gracias al poder ver que su rentabilidad es considerada parte de su nuevo crecimiento económico.

La rentabilidad es algo importante que toda empresa necesita saber, por lo que está en constantes análisis de sus estados financieros, de mantener la disponibilidad de lograr un buen alcance ante el funcionamiento de actividades, lo cual esto repercute en toda la organización de poder mantener la firmeza del interés por ocuparse del crecimiento de la empresa. Puente y Andrade (2017). Asimismo Aguirre et al (2020), la persistencia de la rentabilidad se relaciona con el crecimiento que puede llegar a conseguir por la aplicación de un buen proceso de administración, ya que es el punto clave que le importa a la entidad saber y de poder lograr, y mucho más si genera una gran capacidad de producción, y conseguir nuevos clientes de poder vender, una empresa siempre se apertura porque confían en su plan de negocio de que va ser rentable, por los estudios realizados y a qué tipo de competencias se va enfrentar, aunque ocurra ciertos desbalances saben cómo poder solucionar, lo que importa es que la rentabilidad sea correspondido para la empresa y eso va definir de haber cumplido su gran empeño de trabajo.

Autores como Álvarez y Pizarro (2022), consideran que el tema abordado se refiere al resultado que se genera de diversas prácticas, lineamientos y decisiones que se toman dentro del seno organizacional los cuales se encuentran íntimamente relacionados con la organización del flujo de efectivo, en ese sentido se establece que existen diversas medidas para conocer la rentabilidad de una organización las cuales son analizadas a partir de un conjunto de acciones determinadas que se cimientan en la política de ventas, de producción y en las inversiones que realizan los directivos. Puede ser visto también como el rendimiento que se genera a partir de una inversión, de la disposición de los materiales y de la adquisición de nuevos sistemas incorporando al talento humano, los cuales

buscan obtener los recursos financieros anhelados, subsanar las falencias internas y brindar una estructura más sólida a los activos.

Concorde a Álvarez y Pizarro (2022), es un concepto que guarda relación con el modo en el que se utilizan los elementos que posee una empresa, se dice que una institución lucrativa es rentable cuando consigue las utilidades previstas o sobrepasa los objetivos financieros, por consiguiente, la variable en estudio se obtiene a partir de la confrontación que se efectúa entre los gastos generados y los beneficios obtenidos, es decir, si los gastos son mucho menores a comparación de los ingresos se habla de rentabilidad. Representa uno de los principales objetivos que pretende alcanzar una empresa con el transcurrir del tiempo, así mismo, este concepto guarda estrecha relación con la capacidad que posee la empresa para seguir generando utilidades a pesar de atravesar escenarios de alta turbulencia ya sea por medio de la comercialización de bienes o a través de los servicios que se ofrecen.

A vista de Guevara y Flores (2021), es un margen de ganancia que bien puede estar representado de forma porcentual como solo numérica, el cual muestra el valor que se ha generado a partir de las transacciones efectuadas en concordancia a un lapso de tiempo evaluado, este análisis permite conocer cuantitativamente el monto dinerario que se ha obtenido a partir de las inversiones efectuadas por los altos mandos. Además, puede ser entendido como las ganancias que espera generar una compañía las cuales hacen posible mantenerse en el mercado y disminuir la posibilidad de cerrar las operaciones en un sector, es por consiguiente una forma de evaluar la gestión comercial de una institución en el sentido de que se controla oportunamente las salidas de dinero y las utilidades generadas.

Bajo el escrutinio de Céspedes (2022), es un indicador de crecimiento tanto en el marco financiero como competitivo el cual permite que los socios, inversionistas y demás actores empresariales tomen mejores decisiones para invertir el capital obtenido u optar por la ampliación del portafolio de productos, por ello es importante que se realice un estudio a fondo acerca de las tendencias de ventas que se ha obtenido durante los últimos periodos. Lo anterior permite disminuir los riesgos de generar pérdidas

abruptas y obtener mayores utilidades, por consiguiente, la variable se configura como una forma de medir la gestión de los directivos de la empresa ya que a partir de las decisiones tomadas se generan mayores beneficios lo cual permite que el ente lucrativo alcance una posición más privilegiada dentro de la sociedad.

Para Villanueva y Phala (2021), el concepto abordado es imprescindible dentro del campo empresarial pues hace posible conocer si una compañía está generando los beneficios esperados a sus representantes, para esto es importante que se evalúe los balances y estados financieros de manera continua ya que a partir de los resultados se generan acciones estratégicas para corregir las falencias operacionales a tiempo o en todo caso cambiar de estrategia comercial. El administrador o quien haga de su vez asume el cargo de estudiar los resultados obtenidos y contrarrestarlos con los objetivos que se esperaban alcanzar, esto permitirá canalizar acciones eficientes que reduzcan las fallas y orienten a la competitividad. De igual manera, es un indicador monetario el cual se evalúa en función al músculo financiero obtenido, tiene como objetivo prever a la institución del capital necesario para seguir desarrollando sus actividades sin prejuicios ni tropiezos, además representa un arma poderosa para lograr la expansión.

Desde la mirada de Gonzales (2021), es una acción que se deriva del pensamiento estratégico de los directivos, así como las decisiones que se toman para fortalecer las actividades, suprimir o modificar las estrategias. Es considerada, además, como un medio de canalización a través del cual se logra obtener los signos económicos esperados. Cuando se habla de rentabilidad se hace referencia al aprovechamiento de los recursos y a la materialización de los objetivos que se han propuesto, este concepto mide en específico la eficiencia de los directivos en función a la gestión que realizan. No obstante, conseguir el nivel de ingresos esperados requiere del análisis permanente del mercado, de igual modo, de la innovación constante de los directivos respecto a los bienes que producen ya que el concepto se encuentra vinculado con la satisfacción que poseen los compradores, pues mientras mejor se realice el producto mayor será el impacto positivo que éste genere en el mercado.



Para Gonzales (2021), la relevancia de contar con indicadores de rentabilidad se cimienta básicamente en que estos permiten conocer el futuro al que se enfrenta la compañía y conocer las soluciones pertinentes que favorecerán la actividad interna, es importante recalcar que las decisiones que tomen los directivos deben ligarse a datos estadísticos reales ya que las consecuencias que se generan a partir de la disposición de los recursos permiten alcanzar los fines previstos. Es justamente por ello que, para evitar situaciones contingentes o situaciones adversas, las compañías en conjunto con el personal deben emplear de manera constante indicadores financieros para controlar el movimiento de capital y conocer los factores que afectan la estructura del patrimonio lo cual puede incidir en la pérdida el músculo financiero invertido.

Por su parte, Beloso et al (2021) señalan que uno de los elementos íntimamente relacionados con el tema abordado es el riesgo al que se someten los diversos socios, inversionistas e inclusive los propios empresarios a la hora de decidir si capitalizar su patrimonio o parte de él o inclusive otra firma comercial, sin embargo, estas situaciones adversas pueden verse frenadas a través de la contratación de elementos y recursos de calidad para reducir los riesgos que se presentan con las operaciones vinculadas al rubro de finanzas. Bajo este acontecer, Guevara y Flores (2021), manifiestan que para que una empresa comercial debe considerar cuatro indicadores imprescindibles los cuáles deben ser evaluados con suma minuciosidad por los directivos y por el departamento de contabilidad y finanzas estos son solvencia, utilidades, apalancamiento y riesgo, esto a raíz que los resultados que se generan permiten visualizar el sendero económico que se puede alcanzar si se planifica de manera estratégica cada una de las actividades y operaciones que se ejecutan a nivel interno.

De igual forma, Cancino et al (2018) sintetizan que el estudio de los diversos indicadores financieros no debe basarse únicamente en la rentabilidad sino también en la solvencia que se espera obtener en el tiempo puesto que a partir de lo anterior se puede suministrar políticas más eficientes que satisfagan la necesidad interna de la empresa y permita contar con el suficiente flujo de efectivo para contrarrestar los pasivos

corrientes en el plazo pactado. En este contexto, se menciona que existen diversos lineamientos que permiten estudiar a profundidad la rentabilidad y los estados financieros los cuales incorporan también al recurso humano, mismo que son considerados dentro del ámbito empresarial como los analistas financieros quienes se encargan de dotar a la empresa de una salud financiera adecuada y de volverla sumamente atractiva para los socios e inversionistas.

Acorde con Céspedes (2022), dentro de los elementos que influyen en la rentabilidad se encuentra la capacidad financiera, el capital individual y la participación de los socios los cuales permiten incrementar el nivel de competitividad empresarial en el mercado, es importante acotar también que el concepto de estudio se ve influenciado por los factores internos dentro de los cuales se encuentran los bienes físicos, la estructura empresarial, el capital humano y los sistemas integrales; los factores descritos con antelación permiten analizar la relación que se genera entre la demanda de mercado y la eficiencia operativa de la empresa.

Ante ello, Vázquez et al. (2017), los niveles de rentabilidad que una empresa consigue obtener siempre va estar pendiente de que sus activos y pasivos estén sobre la correspondencia de mantener el patrimonio, ya que la rentabilidad se puede lograr ante el buen consentimiento de generar grandes utilidades, y de poder estar siempre pendiente de cada movimiento de poder ser administrado o llevado de manera contable, lo cual asegura la permanencia de la empresa establecida.

Para Aquise (2017), el crecimiento económico según su rentabilidad asegura conseguir un buen futuro para la empresa, de poder definir que está yendo por un buen paso, de conseguir solvencia, y al mismo tiempo asegurar que la organización está haciendo un buen trabajo de decisión.

De acuerdo a Belloso et al (2021), la rentabilidad es el resultado económico que ha podido lograr durante cada ejercicio de las actividades realizadas, donde se puede predisponer distintas presentaciones de manera contable

en mostrar la rentabilidad numérica que se ha generado, por lo que es medible contablemente.

Para Camacho et al (2017), la principal dificultad de la rentabilidad puede estar fomentado por muchas disposiciones, sobre el cuidado de caja, mercadería, gastos, inventarios, y entre otras operaciones que dispongan una empresa, y siempre de estar pendientes de la mercadería que adquiere sobre los costos para poder generar un nuevo margen comercial, ya que eso es lo que está en constante movimiento operativo sobre las ganancias y pérdidas que se puede optimizar.

De acuerdo a Cancino et al (2018), la rentabilidad de las empresas puede caer en desventaja o deficiencia, cuando se depende del gran proceso de administración o gerente a cargo, de poder estar disponible de cada operación y la supervisión de tener el control de asegurar que todo se está llevando bajo normas y políticas internas, sobre que la producción está yendo a un buen aseguramiento de grandes resultados.

Para Chilón (2020), las empresas muchas de ellas no entienden de donde se consigue un gran rendimiento o de cómo poder llevar un buen manejo de conseguir que su nacimiento de su negocio resulte ser rentable, y que pieza poder mover al ya conseguir una primera ganancia.

Según, Cueva et al (2021), el crecimiento económico en muchos países han estado pendiente de la gran rentabilidad de su negocio, en posicionarte a ellos mismo ser las potencias de gran nivel de solvencia que puede ejercer y llegar a manejar el mercado o tener el control por lo que ha sabido llevar un manejo contable y administrativo, de poder llegar a esa estatura de que más empresas tenga esas aspiraciones o ambiciones de no rendirse en el camino, porque todos pasan por ventajas y desventajas por lo que la experiencia te enseña a poder resolverlos de inmediato sin dificultad ninguna.

Para Dávila (2020), la rentabilidad es parte de las utilidades que una empresa puede genera ante las comparaciones de sus ingresos y egresos generados durante el periodo, por lo que puede implicar que su inversión ha sido una buena decisión.

De acuerdo a Espejo et al (2019), la rentabilidad es poder asegurar de una y otra forma que la empresa está yendo por un buen camino siendo un chance de poder continuar y que debe seguir manteniendo un buen trabajo administrativo, lo cual puede garantizar abrir nuevas puertas de mercado y al mismo tiempo poder acogerse al servicio de entidades financieras.

Para Espinoza y Vilca (2019), la rentabilidad se restituye de que los empresarios hayan tomado una buena decisión de haber implantado una mejor inversión y así conseguir grandes beneficios como una oportunidad Asimismo, Flores y Miranda (2017), la rentabilidad puede resultar positiva o negativa, eso ya va depender de un buen planteamiento de actividades o asegurar los manejos administrativos y contables.

Según, Flores (2019), la rentabilidad puede tener su riesgo de aprobación, nos referimos a que a mayor inversión ya se corre el riesgo de poder recuperar o generar ganancias, por lo que todo empresario transcurre todo el tiempo, y además lo más importantes es que la empresa debe cuidar bastante de sus activos y patrimonio, como parte de ser su permanencia en no desperdiciar, y por lo que puede estar expuesto a muchos riesgos.

Para Freire et al (2018), la rentabilidad es ser el resultado del gran trabajo que se ha empleado durante las actividades a producir, pese a las consecuencias que causan la competencia al disponerte frente al mercado, donde son cálculos que pueden descifrar las ganancias y las perdidas obtenidas. Asimismo, Gómez et al (2020), la rentabilidad, es mostrar la capacidad de solvencia que tiene una empresa y por lo que está dispuesto a competir o invertir, con la intención de correr el riesgo y al mismo tiempo de conseguir nuevas oportunidades.

Para Gonzáles y Méndez (2017), la rentabilidad es un elemento esencial que toda empresa necesita preocuparse, y estar pendiente sobre los resultados acerca de las actividades que desarrolla, además todo inversionista que necesita incorporarse a una empresa necesita saber la rentabilidad que acredita para poder formar parte de invertir y seguir nuevas alianzas.

De acuerdo a Grimaldi y Sanchez (2017), la rentabilidad representa muchos afectos de poder afirmar en estar de acuerdos y en desacuerdos, por lo que se llega tomar nuevas decisiones ante cualquier caso, por lo cual determina parte de su permanencia. Para Landi (2021), la rentabilidad en las empresas es algo que siempre quieren saber, al final de cada periodo, donde son presentados mediante cifras ante los ingresos y egresos generados, y al mismo tiempo poder tomar la decisión de poder mejorar o de seguir llevando el mismo plan operativo.

De acuerdo a Padilla et al. (2019), la rentabilidad es importante ante cualquier caso de saber la situación de la empresa frente al desarrollo de sus actividades. Asimismo, Pardo et al (2018), la rentabilidad es la preocupación de todo empresario por lo que debe de enfrentar u luchas cada vez más para asegurar un resultado positivo. Para Puente y Viñán (2017), la rentabilidad puede ser como una oportunidad de asegurar que las actividades han sido las perfectas elecciones de decisiones de poder invertir en una producción, por lo que según el plan desde el principio ya lo tienen todo establecido de la cantidad a generar cuando de rentabilidad puede ocurrir o lograr seguir el mismo plan.

Para Ramírez y Maldonado (2020) es producto de una gran inversión que una empresa esperar y genera al poder lograr conseguir la disponibilidad de obtener un mejor rendimiento en relación a las actividades que desarrolla y el patrimonio que debe de proteger, ya que se sabe que cada compra requerida mediante sus ventas se consigue porcentajes de ganancia. Asimismo, Segura (2019), ha evidenciado que la rentabilidad hace que una empresa está en una buena disposición de conseguir abrir

nuevas puertas de mercado y conseguir poder una mayor potencia de producción ante grandes operaciones por entregar, logrando así tener un gran sustento económico.

Para Vázquez et al. (2017), hace referencia que los empresarios mantienen una pequeña reserva ante cualquier riesgo de no poder conseguir lo propuesto, por lo que puede afectar su rentabilidad, es como un seguro de vida para su empresa que solicitan para no perderlo todo, ya que el negocio ante una mala distribución no se tiene nada asegurado, es por lo que muchos inversores no se arriesgan del golpe en invertir sin ningún sustento de análisis de poder generar gran rentabilidad, donde otros optan por invertir en distintos tipos de negocio, para poder ver en donde se ha logrado grandes resultados de poder seguir invirtiendo y al mismo tiempo no haber perdido todo. Además la productividad de una empresa forma parte de la rentabilidad que un negocio genera mediante sus ventas, su calidad de atención y brindar un buen producto sea un bien o un servicio y el respaldo de promocionar sus productos, ya que esto lograra de poder ver el análisis de tus debilidades y fortalezas que cuentas en el funcionamiento de tu empresa por lo cual luchar, controlar y renovar, para conseguir ventaja y ser reconocido en el mercado, donde también se incurren aspectos de desenvolvimiento ante la competencia de producto.

De acuerdo a Zurita et al (2019), considera que las empresas a mayor riesgo pueden lograr generar mayor rentabilidad, es como decir que a mayor inversión mayor es su opción de ganar, pero el riesgo es mayor de poder perder ante cualquier consecuencia, ya que todo negocio tiene su contra y su ventaja de una buena opción, donde esto va depender de un buen manejo administrativo de poder tomar decisiones mediante análisis y evaluación, para poder dar un paso de inversión para un nuevo negocio de implementación y atraer mayor rentabilidad que logre crecimiento y oportunidad de negocio ante la competencia generada, porque la rentabilidad forma parte de mantener un buen sustento económico muy aparte de tu capital como patrimonio, es parte de la utilidad que has logrado en cada periodo que te propones como meta de poder producir y lograr

alcanzar, por lo que esto se ve al final de cada ejercicio, mediante los estados financieros de poder medir tu rentabilidad generada a base de tus nuevas utilidades generadas.

De acuerdo a Sánchez y Lazo (2018), se define que la rentabilidad de una y otra forma es la gran noticia que esperan los socios o el empresario sobre la inversión generada, y al mismo tiempo de que su plan de negocio funciona de la manera propuesta y tomada por mucho tiempo de análisis y estudios comerciales, pese a la gran competencia que genera al ser parte de un mismo producto de un bien o un servicio, ya que su buen plan estratégico va lograr esperar resultados eficientes de poder radicar en generar un nuevo ingreso oportuno de mayor utilidad sobre sus ingresos generados.

En tanto para su dimensión se citó a Contreras y Díaz, (2015), Dimensión 1. **Rentabilidad económica:** La rentabilidad económica predispone con mucha eficiencia sobre un buen plan de negocio, y además sobre resultar ante los estados financieros, con cifras más exactas de ser promediado, donde da mostrar las utilidades generadas después de los descuentos y pagos tributarios, mejor dicho, la utilidad neta que se ha conseguido determinar, formando parte de una utilidad acumulada al ser sumado con una anterior formación.

Dimensión 2. **Rentabilidad financiera:** La rentabilidad financiera es el acceso al conseguir apalancamiento mediante las utilidades generadas de disponer la disposición de asumir de poder afianzarse en compartir alianzas de poder ayudar a desarrollarse ante la necesidad de más inversión y asegurar que es una oportunidad de ser posible de agrandar la rentabilidad o las ganancias exigidas.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

##### Tipo de estudio:

**Básica**, porque va instrumentado en brindar un conocimiento más completo, mediante conceptos confiables de las distintas variables, que se va relacionado con los hechos que se ha generado. (Concytec, 2018, p. 1)

##### Diseño de la investigación:

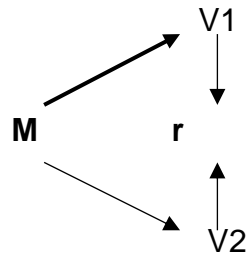
**Diseño no experimental**, puesto que no experimenta a cada momento, y no se manipuló las variables ante un nuevo resultado, todo se mantiene estático según la observación natural que ha sido analizado; y es **transversal**, porque solo se cuenta con únicos datos mediante las encuestas generadas, su propósito es detallar las variables según su conformidad de relacionarse en un momento único al ser generado o de haber sucedido. (Hernández et al, 2014, p. 152, p. 154)

Presenta un enfoque **cuantitativo**, según Arias (2012) su concepto se centra en explicar las perspectivas de la muestra correspondido mediante el uso del cuestionario para el llenado de información, para ser analizados en el uso de fórmulas estadísticas, al aplicarse frecuencias y porcentajes, para poder reemplazarlo en un cuadro dinámico a partir de cada fecha de suceso. (p. 136).

De alcance **correlacional**, pues acorde con Tamayo (2003) se fundamenta el determinar el grado de relación de las variaciones sobre sus factores, al poder ser determinados mediante coeficientes de correlación por la teoría estadística. (p. 50)

La investigación se representó bajo el siguiente esquema:





**Donde:**

- M** = Muestra
- V1** = Sistemas de distribución
- V2** = Rentabilidad
- r** = Relación entre variables

### 3.2. Variables y operacionalización

**Variable N° 1:** Sistemas de distribución

**Variable N° 2:** Rentabilidad

La operacionalización de variables se encuentra en los anexos

### 3.3. Población, muestra y muestreo

#### 3.3.1. Población

Siguiendo a Tamayo (2003) se determinó el conjunto universal, por lo que poseen distintos aspectos y comportamientos por estudiar y conseguir respuestas ante la investigación requerida. (p. 176)

Comprendió un total de 32 trabajadores de la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022 y el análisis documental comprendido por el balance y estados e resultados del 2021.

**Criterios de inclusión:** Se incluyó a todos los trabajadores que se encuentren en planilla y la información contable del 2021 (balance y estado de resultados)

**Criterios de exclusión:** Se excluyó al personal locador de servicio y practicantes.

### **3.3.2. Muestra**

Es un segmento de la población asignada dentro de la investigación, por lo que mediante esto se va conseguir resultados objetivos, de que se pueda probar poder saber cuál es la razón del problema que se plantea. (Bernal, 2010, p. 161)

Fue igual a la población, es decir, 32 trabajadores de la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022 y el análisis documental comprendido por el balance y estados de resultados del 2021.

### **3.3.3. Muestreo**

Se empleó el muestro no probabilístico por conveniencia, pues no se tuvo la seguridad de lo que acoge una determinada muestra sea lo suficiente o resultante, para la investigación requerida, por lo que se persigue ciertos criterios. (Cabezas et al., 2018, p. 93)

### **3.3.4. Unidad de análisis**

Estuvo constituida por un colaborador de la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022.

## **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

### **Técnica**

Fue la encuesta y el análisis documental, quiere decir que fue desarrollar una encuesta para conocer el sistema de distribución y el análisis documental para conocer el nivel de rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022

## **Instrumento**

El instrumento para medir la variable de Sistema de distribución fue un cuestionario de elaboración propia y estructurado con 15 ítems dividido en 4 dimensiones. La escala valoración será: 1 = Nunca, 2= Casi nunca, 3= A veces, 4=Casi siempre, 5= Siempre. La escala valoración será: 1 = Nunca, 2= Casi nunca, 3= A veces, 4=Casi siempre, 5= Siempre. la variable fue medida en tres niveles: **Bajo (15 – 35), medio (36 – 55) y alto (56 – 75)**

El instrumento para medir la variable de rentabilidad fue la guía de análisis documental, estructurado de acuerdo a sus dimensiones y calculada en función a los ratios y porcentajes obtenidos, la variable fue medida en tres niveles: **Bajo (0 – 33%), medio (34 – 66%) y alto (67% - 100%)**

## **Validez**

Se desarrolló mediante la evaluación de tres profesionistas, quienes poseen los suficientes conocimientos respecto a las variables.

En lo referido a la primera variable se obtuvo un total de 4.6 que de forma porcentual se encuentra expresada en un 93% de similitud, mientras que, para la variable número dos al promediar la información se obtuvo como resultado un valor de 4.7 el cual hace referencia al 94% de similitud.

## **Confiabilidad**

Se realizó mediante el coeficiente de Alfa de Cronbach, el cual indica que el cuestionario debe alcanzar un valor superior a 0.7 para ser considerado como confiable (Hernández et al. 2014).

La confiabilidad de la variable Sistema de distribución alcanzó un valor de 0.977 que al situarse por encima del valor referencial resulta significativo, por lo que se aduce que el instrumento posee una fuerte

confiabilidad, por consiguiente, se determina que posee una validez de contenido, ya que las interrogantes descritas están referidas al concepto que se pretende estudiar, además, se resalta que posee validez de criterio.

Para la variable Rentabilidad, el nivel de confiabilidad hallado fue 0.977 que al estar por encima de 0.7 resulta significativo, por ende, se afirma que el cuestionario posee una fuerte confiabilidad. Asimismo, se determina que posee una validez de contenido, ya que las interrogantes descritas están referidas al concepto que se pretende estudiar, además, se resalta que posee validez de criterio.

La tabla de confiabilidad se encuentra en los anexos

### **3.5. Procedimientos**

Tuvo su inicio con la definición de las variables a investigar, acto seguido se redactó una carta solicitud para ser enviada a la empresa donde se pretende realizar el estudio. Posteriormente, se llevó a cabo la descripción problemática para luego de ello efectuar el marco teórico donde se describieron hechos relevantes respecto a los conceptos, de igual manera, se diseñaron los cuestionarios con los cuales se pretende recoger los datos de parte de los colaboradores. Para finalizar el estudio se realizaron las conclusiones y sugerencias.

### **3.6. Método de análisis de datos**

Los datos que se han recogido de parte de los encuestados fueron presentados a través de tablas y figuras. Para la contrastación de la hipótesis se utilizará una prueba de normalidad Shapiro-Wilk y de acuerdo a ello se utilizó el coeficiente de correlación Rho de Spearman.

### **3.7. Aspectos éticos**

Se sustentó en los principios que se mencionan a continuación: **autonomía** a las personas, donde cada participante demostró

brindar su propia información de manera voluntaria, seguido de **beneficencia** en los participantes, ante la información conseguida de englobar cambios en la investigación. **No maleficencia**, donde no se realizó con la intención de dañar a nadie que forme parte de la investigación, y que es solo para fines académicos, el de **justicia**, porque se tiene presente la moral y el respeto ante sus derechos de participación.

## IV. RESULTADOS

### 4.1. Nivel de sistema de distribución en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022.

**Tabla 1**

*Nivel de sistema de distribución en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022.*

Escala	intervalo	frecuencia	Porcentaje
Bajo	15 – 35	9	28,1 %
Medio	36 – 55	15	46,9 %
Alto	56 - 75	8	25 %
Total		32	100 %

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto.

#### **Interpretación:**

En lo concerniente al nivel de sistema de distribución, es medio en 46,9 %, bajo en 28,1 % y alto en 25 %, en base a los resultados se deben a que la empresa no cuenta con los medios necesarios para un adecuado sistema de distribución, deficiencias en cuanto al equipo humano responsable de almacén para coordinar con el área de ventas y poder sincronizar los productos ofertados entre ambas áreas.

## 4.2. Nivel de rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022.

**Tabla 2**

*Nivel de rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022.*

Dimensiones	Formula	%
Rentabilidad económica	$RE = (\text{Beneficio neto} / \text{activos}) * 100$	$RE = (15310/196830.00)* 100$ RE = 7.77
Rentabilidad financiera	$RF = (\text{Beneficio neto} / \text{patrimonio neto}) * 100$	$RF = 15\ 310/120\ 310)*100$ RE= 12.72

Fuente: Estados financieros de la empresa - 2021

### Interpretación

En cuanto a la rentabilidad económica, el valor obtenido de 7.77% indica que la empresa está obteniendo beneficios, o incluso que está teniendo ganancias, es decir por cada sol invertido obtiene una ganancia de 7.77%. en cuanto a la rentabilidad financiera, se tuvo un 12.72% de ganancia por cada sol invertido, lo que indica que los beneficios o ganancias son obtenidos una vez deducidos intereses, impuestos y gastos financieros.

En cuanto al análisis se consideró:

Bajo = 0 – 33%

Medio = 34% b- 66%

Alto = 67% - 100%

En ese sentido, la rentabilidad es considerada baja, debido a que los resultados de las dimensiones son 7.77% y 12.72% respectivamente.

**Tabla 3***Prueba de normalidad*

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Sistema de distribución	,926	32	,030
Rentabilidad	,957	32	,226

*Fuente: Base de datos obtenido del SPSS V.25***Interpretación:**

Considerando que el objeto a investigar fue menor a las 50 personas se ha procedido a utilizar el coeficiente de Shapiro-Wilk el cual arrojó como resultado para la primera variable  $0,030 < 0.05$ . Por tanto, se establece que la muestra posee una distribución no normal, mientras que, para la segunda variable se encontró un valor de  $0,226 > 0.05$  el cual refiere que la distribución es normal, en base a los datos expuestos se procedió a aplicar la prueba de Spearman para conocer el grado de asociación entre los conceptos.

#### **4.3. Relación entre la optimización y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022.**

**Tabla 4**

*Relación entre la optimización y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022.*

			Optimización	Rentabilidad
Rho de Spearman	Optimización	Coeficiente de correlación	1,000	,971**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	32	32
	Rentabilidad	Coeficiente de correlación	,971**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	32	32

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



*Fuente: Base de datos obtenido del SPSS V.25*

### **Interpretación:**

Se muestra la relación entre la optimización y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022. Por medio del estadístico de Rho Spearman se alcanzó un coeficiente de 0.971 (correlación positiva muy alta) y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} \leq 0.01$ ), por lo que, se acepta la hipótesis alterna, es decir, existe relación significativa entre la optimización y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022.

### **Coefficiente de determinación**

$$R^2 = 0,971$$

$$R^2 = 0,942 = 94.2\%$$

Que la rentabilidad se ve explicada en 94.2% por la optimización del sistema de distribución, es decir que a mayor optimización del sistema de distribución mayor será la rentabilidad.

#### 4.4. Relación entre la integración y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022.

**Tabla 5**

*Relación entre la integración y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022.*

			Integración	Rentabilidad
Rho de Spearman	Integración	Coeficiente de correlación	1,000	,967**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	32	32
	Rentabilidad	Coeficiente de correlación	,967**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	32	32

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

*Fuente: Base de datos obtenido del SPSS V.25*

#### **Interpretación:**

Se muestra la relación entre la integración y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022. A través del estadístico de Rho Spearman se alcanzó un coeficiente de 0. 967 (correlación positiva muy alta) y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} \leq 0.01$ ), por lo que, se acepta la hipótesis alterna, es decir, existe relación significativa entre la integración y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022.

#### **Coefficiente de determinación**

$$R^2 = 0,967$$

$$R^2 = 0,935 = 93.5\%$$

Que la rentabilidad se ve explicada en 93.5% por la integración del sistema de distribución, es decir, que a mayor integración del sistema de distribución mayor será la rentabilidad.

#### 4.5. Relación entre la colaboración y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022.

**Tabla 6**

*Relación entre la colaboración y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022.*

		Colaboración	Rentabilidad
Rho de Spearman	Colaboración	1,000	,923**
	Coeficiente de correlación		
		Sig. (bilateral)	.000
		N	32
	Rentabilidad	,923**	1,000
		Coeficiente de correlación	
		Sig. (bilateral)	.000
		N	32

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

*Fuente: Base de datos obtenido del SPSS V.25*

#### **Interpretación:**

Se muestra la relación entre la colaboración y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022. Por medio del estadístico de Rho Spearman se alcanzó un coeficiente de 0. 923 (correlación positiva muy alta) y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} \leq 0.01$ ), por lo que, se acepta la hipótesis alterna, es decir, existe relación significativa entre la colaboración y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022.

#### **Coeficiente de determinación**

$$R^2 = 0,923$$

$$R^2 = 0,851 = 85.1\%$$

Que la rentabilidad se ve explicada en 85.1% por la colaboración de los sistemas de distribución, es decir que a mayor colaboración del sistema de distribución mayor será la rentabilidad.

#### 4.6. Relación entre la sincronización y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022.

**Tabla 7**

*Relación entre la sincronización y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022.*

			Sincronización	Rentabilidad
Rho de Spearman	Sincronización	Coeficiente de correlación	1,000	,977**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	32	32
	Rentabilidad	Coeficiente de correlación	,977**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	32	32

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

*Fuente: Base de datos obtenido del SPSS V.25*

#### **Interpretación:**

Se muestra la relación entre la sincronización y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022. Por medio del estadístico de Rho Spearman se alcanzó un coeficiente de 0. 977 (correlación positiva muy alta) y un p valor igual a 0,000 (p-valor ≤ 0.01), por lo que, se acepta la hipótesis alterna, es decir, existe relación significativa entre la sincronización y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022.

#### **Coeficiente de determinación**

$$R^2 = 0,977$$

$$R^2 = 0,954 = 95.4\%$$

Que la rentabilidad se ve explicada en 95.4% por la sincronización de los sistemas de distribución, es decir que a mayor sincronización del sistema de distribución mayor será la rentabilidad.

**4.7. Relación entre el sistema de distribución y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022.**

**Tabla 8**

*Relación entre el sistema de distribución y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022.*

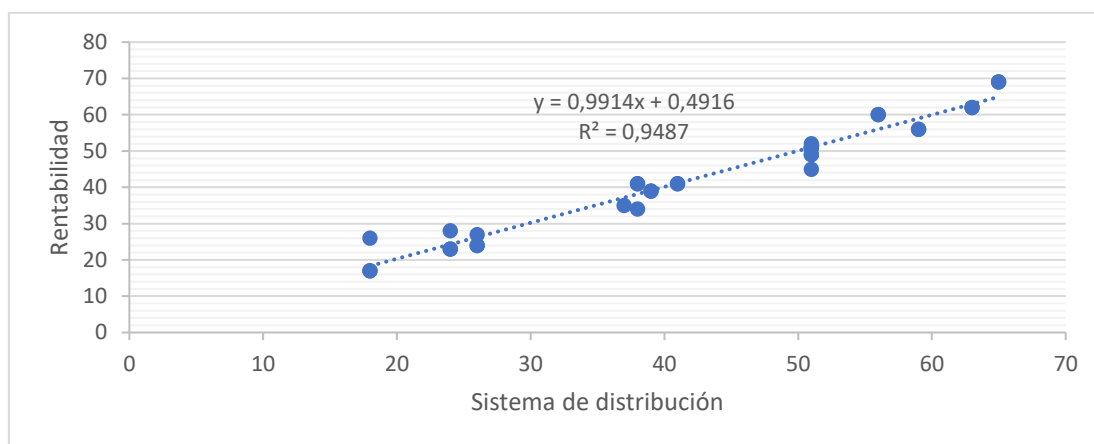
			Sistema de distribución	Rentabilidad
Rho de Spearman	Sistema de distribución	Coeficiente de correlación	1,000	,974**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	32	32
	Rentabilidad	Coeficiente de correlación	,974**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	32	32

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

Fuente: Base de datos obtenido del SPSS V.25

**Figura 1**

Gráfico de dispersión entre el sistema de distribución y la rentabilidad.



Fuente: Base de datos obtenido del SPSS V.25

### Interpretación:

Se muestra la relación entre el sistema de distribución y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022. A través del estadístico de Rho Spearman se alcanzó un coeficiente de 0.974 (correlación positiva muy alta) y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} \leq 0.01$ ), por lo que, se acepta la hipótesis alterna, es decir, existe relación significativa entre el sistema de distribución y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022.

### Coefficiente de determinación

$$R^2 = 0,974$$

$$R^2 = 0,9487 = 94.87\%$$

Que la rentabilidad se ve explicada en 94.87% por los sistemas de distribución, es decir que a mejor sistema de distribución mayor será la rentabilidad.

## V. DISCUSIÓN

En ese apartado se comparan los resultados obtenidos con los antecedentes, considerando inicialmente que el nivel de sistema de distribución, es medio en 46,9 %, bajo en 28,1 % y alto en 25 %. En base a los resultados se debe a que la empresa no cuenta con los medios necesarios para un adecuado sistema de distribución, deficiencias en cuanto al equipo humano responsable de almacén para coordinar con el área de ventas y poder sincronizar los productos ofertados entre ambas áreas. Esto guarda congruencia con Sajami (2022), que expone que el nivel de sistema de distribución ha conseguido arrojar que un 13.33% es bueno o resultante de poder seguir manteniendo su instalación, y eso se ha debido que los inventarios no han llevado un buen control por mucho tiempo, pese a que tenían la disponibilidad de un sistema, para ser más accesible de poder ejecutar o ser desarrollada. Esto se debe al personal administrativo a cargo, de no haber podido dirigir un mejor control de que presiones una información detallada frente a este suceso y atraso de saber una disponibilidad.

De igual modo, el nivel de rentabilidad es bajo, debido que la rentabilidad económica, el valor obtenido de 7.77% indica que la empresa está obteniendo beneficios, o incluso que está teniendo ganancias. Es decir, por cada sol invertido obtiene una ganancia de 7.77%, en cuanto a la rentabilidad financiera, se tuvo un 12.72% de ganancia por cada sol invertido, lo que indica que los beneficios o ganancias son obtenidos una vez deducidos intereses, impuestos y gastos financieros. Dichos resultados se asemejan con lo expuesto por Guevara y Flores (2021), quienes afirman que hay asociación positiva entre los activos y pasivos por su gran gestión administrativa y contable. En consecuencia, garantiza tener una gran rentabilidad, pese a que atraviesa muchos perjuicios por ser el hecho de ser un sistema financiero, donde va existir aspectos dentro de los procesos administrativos que se debe de mejorar, como parte de no ampliar los malos aspectos y caer en defensas de no poder recuperar, ya que ante existencias de lavado de dinero y narcotráfico puede posicionar en una mala imagen a la entidad.

Asimismo, existe relación significativa entre la optimización y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022, ya que el análisis estadístico de Rho de Spearman fue de 0,971 y un p valor igual a 0,000, el cual indica que la organización debe tomar en cuenta decisiones que promuevan el uso óptimo de los recursos, esto concuerda con Villanueva y Phala (2021), indican que, la liquidez y la rentabilidad van de la mano según los datos estadísticos comprobados con los datos recolectados bajo la encuesta, por lo que ambos relacionan a temas empresariales, de que si se tiene liquidez se tiene solvencia de dinero, y rentabilidad, mediante la obtención de un buen margen de ganancia ante la inversión de grandes actividades por lo que hace que se genere ganancias y utilidades, aunque a veces pueda tener sus bajas en causar que la rentabilidad no respondan muy bien, por lo que se debe a las ocasiones de la renovación del equipo organizacional, lo cual involucra muchos cambios sin ningún estudio de aplicación.

Por consiguiente, existe relación significativa entre la integración y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022, ya que el análisis estadístico de Rho de Spearman fue de 0,967 y un p valor igual a 0,000, en base a ello se demuestra que el uso de los recursos debe ser administrado de la mejor manera, con la finalidad de darle mayor impulso a crecimiento de la organización, esto coincide con Gonzales (2021), quien indica que hay incidencia entre los temas analizados, porque ha sido conveniente que su buena administración de tomar mejores decisiones dispongan un orden que acredite crecimiento a la empresa, de poder ayudar a que consiga un mejor nivel de aceptación o de recuperar los tiempos atrás de su posicionamiento de generar créditos.

En tanto, existe relación significativa entre la colaboración y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022, ya que el análisis estadístico de Rho de Spearman fue de 0,923 y un p valor igual a 0,000, cuyos resultados dan como hecho la buena inversión de los recursos financieros, lo cual esto permite a que la entidad tenga un mejor desarrollo y crecimiento organizacional, lo anterior se relaciona con lo referido por Pico et al (2020), quienes mencionan que se



puede evidenciar varios factores mediante el ordenamiento de los procesos de inventarios de los ingresos y salidas de productos, con el origen de poder mantener un buen aspecto administrativo y el orden que figure la buena imagen de los consumidores, y muchas más si se integra la instalación de las tecnologías al ser parte del manejo mediante sistemas para poder tener una accesibilidad de las recepciones de pedidos y de poder ser enviados de manera ordenada y según el orden de pedido. Asimismo, Calero et al. (2020), mencionaron que la organización interna sobre el área de almacén generado forma parte de ser una buena opción de mantener un propio sistema de control y de rendir cuentas de manera inmediata sobre los pedidos que suceden diariamente, lo cual da una razón de eficiencia en el orden de la logística en ser más competitivo ante la buena organización dirigida, ante los sistemas de ayudar a que se mantengan un mejor control sin alborotos.

En esa misma línea, existe relación significativa entre la sincronización y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022, ya que el análisis estadístico de Rho de Spearman fue de 0,977 y un p valor igual a 0,000. En base a los resultados obtenido por parte de la empresa es una clara demostración de los buenos resultado que está teniendo durante la inversión de sus recursos, de tal forma esto orienta a tener mayores ingresos más adelante. Lo anterior se relaciona con Álvarez y Pizarro (2022), quienes manifiestan que existe una relación positiva ante la elaboración de los estados financieros de poder mantener una gran utilidad permanente, por lo que da a mencionar que la empresa PROIMEC S. A. genera una gran rentabilidad, resultado de esto se debe por la gran organización que cuenta y mantiene, con el hecho de trabar en base a metas y cumplimientos de las visiones que tienen por conseguir.

Finalmente, existe relación significativa entre el sistema de distribución y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022, ya que el análisis estadístico de Rho de Spearman fue de 0,974 y un p valor igual a 0,000; además, solo el 94.87 % del sistema de distribución influye en la rentabilidad; en base a los resultados sea demostrado que la entidad presentan un buen resultado en lo que deduce

la buena administración de los fondos, lo cual esto permite la contribución con su calidad de recaudación económica, dichos resultados se asemejan con lo expuesto por Céspedes (2022), deduce que, hay relación fuerte entre los temas, de que los resultados de los estados financieros genero una gran rentabilidad al mostrar un buena cifra de las utilidades que se han generado durante el ejercicio, lo cual refuerza a que las empresas mypes sigan creciendo y aumentado más establecimientos de poder pertenecer al mundo del comercio, donde inserten sus actividades de poder servir al consumidor y de que se obtengan mejores opciones de elegir, además, tienen la beneficencia de poder financiarse mediante bancos, y con el mismo estado, para poder seguir ejerciendo su negocio de una mejor implementación.

## **VI. CONCLUSIONES**

- 6.1.** Existe relación significativa entre el sistema de distribución y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022, ya que el análisis estadístico de Rho de Spearman fue de 0,974 (correlación positiva muy alta) y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} \leq 0.01$ ); además, solo el 94.87 % del sistema de distribución influye en la rentabilidad.
- 6.2.** El nivel de sistema de distribución, es medio en 46,9 %, bajo en 28,1 % y alto en 25 %, en base a los resultados se deben a que la empresa no cuenta con los medios necesarios para un adecuado sistema de distribución, deficiencias en cuanto al equipo humano responsable de almacén para coordinar con el área de ventas y poder sincronizar los productos ofertados entre ambas áreas.
- 6.3.** El nivel de rentabilidad es bajo, debido que la rentabilidad económica, el valor obtenido de 7.77% indica que la empresa está obteniendo beneficios, o incluso que está teniendo ganancias, es decir por cada sol invertido obtiene una ganancia de 7.77%, en cuanto a la rentabilidad financiera, se tuvo un 12.72% de ganancia por cada sol invertido, lo que indica que los beneficios o ganancias son obtenidos una vez deducidos intereses, impuestos y gastos financieros.
- 6.4.** Existe relación significativa entre la optimización y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022, ya que el análisis estadístico de Rho de Spearman fue de 0,971 (correlación positiva muy alta) y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} \leq 0.01$ ).
- 6.5.** Existe relación significativa entre la integración y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022, ya que el análisis estadístico de Rho de Spearman fue de 0,967 (correlación positiva muy alta) y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} \leq 0.01$ ).
- 6.6.** Existe relación significativa entre la colaboración y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto –

2022, ya que el análisis estadístico de Rho de Spearman fue de 0,923 (correlación positiva muy alta) y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} \leq 0.01$ ).

**6.7.** Existe relación significativa entre la sincronización y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022, ya que el análisis estadístico de Rho de Spearman fue de 0,977 (correlación positiva muy alta) y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} \leq 0.01$ ).

## VII. RECOMENDACIONES

- 7.1. Al gerente, aplicar estrategias que ayuden a desarrollar un mejor sistema de distribución que emplea la empresa, al ser proveedora de bienes y servicios del Estado, esta debe ser oportuno de acuerdo a los contratos establecidos.
- 7.2. Al gerente, analizar los gastos que más se generan en la distribución a las diferentes instituciones estatales, para poder determinar y buscar alternativas de solución que ayuden a minimizarlos y así generar más utilidades.
- 7.3. Al gerente, evaluar los costos que incurre brindar un adecuado servicio para que estos estén dentro del tiempo fijado.
- 7.4. Al gerente, contar con un cronograma de reparto de los productos o bienes de acuerdo a sus contratos con el objetivo de reducir gasto en almacén de los bienes, reparto y los costos de transporte lo que hará que la empresa tenga altos niveles de ganancias.
- 7.5. Al gerente, evaluar los tiempos de cada actividad para evitar cuello de botellas que generen demoras en la distribución disminuyendo así costos en el personal.
- 7.6. Al gerente, coordinar con los proveedores para que estos puedan enviar las mercaderías de acuerdo a la solitud y fechas de entrega de acuerdo a los contratos ganados por la empresa.
- 7.7. Al gerente, evaluar los procesos que más demoras generan para poder así contratar personal especializado que permita reducir los tiempos ya si poder entregar más rápido y evitar penalidades.

## REFERENCIAS

- Aguirre, C., Barona, C. y Dávila, G. (2020). Profitability as a tool for decision making: empirical analysis in an industrial Company. *Revista Valor Contable*. [https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri\\_vc/article/view/1396](https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_vc/article/view/1396)
- Alemán, L., Padilla, D., Cuevas, C. (2019). Diagnostics of Logistics Processes for Decision-Making in Biotech Companies. *Retos de la Dirección. Cuba*. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2306-91552019000200182](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552019000200182)
- Álvarez, J. y Pizarro, E. (2022), Current asset in the profitability of the company proimec S.A. from the manta canton, 2019-2020. (artículo científico) *Universidad Técnica de Manabí, Ecuador*. <http://editorialibkn.com/index.php/Yachasun/article/view/226/380>
- Aquise, J. (2017). La rentabilidad de las acciones de capital del sector construcción en la Bolsa de Valores de Lima en la década 2005-2015. (Artículo científico). *Revista ANFECA, Perú*. <https://investigacion.fca.unam.mx/docs/memorias/2017/12.05.pdf>
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica* (6ta ed.). Editorial Episteme. [https://www.researchgate.net/publication/301894369\\_EL\\_PROYECTO\\_DE\\_INVESTIGACION\\_6a\\_EDICION/link/572c1b2908ae2efbfbdbde004/download](https://www.researchgate.net/publication/301894369_EL_PROYECTO_DE_INVESTIGACION_6a_EDICION/link/572c1b2908ae2efbfbdbde004/download)
- Belloso, L., Fernández, N. y Álvarez, D. (2021). Profitability in companies of construction and assembly. *Revista IPSA Scientia*. <https://latinjournal.org/index.php/ipsa/article/view/1055/814>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. (3ra ed.). Pearson. [http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales\\_de\\_consulta/Drogas\\_de\\_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf](http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf)
- Berselli et a. (2018), Los canales de distribución y las estrategias en los restaurantes. un estudio en Balneário Camboriú – Brasil. (artículo científico), *Universidad del Vale do Itajaí Balneário Camboriú, Brasil*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6491085>

- Cabezas, E., Naranjo, D. y Torres, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. [http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/15424/1/Introduccion a la Metodologia de la investigacion científica.pdf](http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/15424/1/Introduccion%20a%20la%20Metodologia%20de%20la%20investigacion%20cientifica.pdf)
- Caiza, E., Valencia, E. and Bedoya, M. (2019). Investment Decisions and Profitability under the Financial Valuation in the Large Industrial Companies of the Cotopaxi province, Ecuador. *Universidad & Empresa*. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.8099>
- Calero, D., Gamboa, J. y Mancheno, M. (2020), Logistics organization, competitive diagnosis in commercial warehouses in zone 3 of Ecuador. (artículo científico), *Universidad Técnica de Ambato, Ecuador*. <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/190/306>
- Camacho, W., Gil, D. y Toapanta, A. (2017). The management of internal control and its impact on the profitability of the Babahoyo maternity hospital. (Artículo científico). *Revista Polo del Conocimiento. Babahoyo, Ecuador*. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/download/87/pdf>
- Cancino, S., Cancino, G., Quevedo, E. (2018). Explanatory model of the economic profitability of peach crop in the Province of Pamplona, Colombia. (artículo científico). *Económicas CUC. Colombia*. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6989515.pdf>
- Cañizares, L. (2021). Distribution channels and the decision to expand to them: an approach from the industrial organization. *Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación. Ecuador*. <https://incyt.upse.edu.ec/pedagogia/revistas/index.php/rcpi/article/view/428/498>
- Céspedes, W. (2022), La gestión financiera y su resultado en la rentabilidad de las mypes productoras de calzado, Carabayllo, Lima, 2021. (artículo científico) *Universidad César Vallejo. Lima-Perú*. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/2611/3865>
- Chilón, W. (2020). Factores de riesgo y su incidencia en la rentabilidad de micro y pequeñas empresas de Chota, Perú. (Artículo científico). *Revista ciencia*

y tecnología, Chota, Perú.  
<https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/2900>

Concytec. (2018). *Reglamento de calificación, clasificación y registro de los investigadores del sistema nacional de ciencia, tecnología e innovación tecnológica - Reglamento Renacyt.* 12.  
[https://portal.concytec.gob.pe/images/renacyt/reglamento\\_renacyt\\_version\\_final.pdf](https://portal.concytec.gob.pe/images/renacyt/reglamento_renacyt_version_final.pdf)

Contreras, N., y Diaz, E. (2015), Financial structure and profitability: origin, theories and definitions. (artículo científico), *Universidad Peruana Unión, Perú.* <https://doi.org/10.17162/rivc.v2i1.824>

Cueva, Y., Martínez, L. y Oblitas, R. (2021). Internal control and profitability of the company Albis Perú E.I.R.L. from Jaén – 2020. (Artículo científico). *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar.* Jaén, Perú.  
<https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/1093/1491>

Dávila, K., Carvajal, H., Vite, H. (2020). Analysis of economic profitability of shrimp (*Litopenaeus vannamei*) at the Balao Chico site, Guayas province. (artículo científico). *Pol. con. (edición núm. 41).* Ecuador.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7436047>

Espejo, L., Valiente, Y. y Díaz, F. (2019). Management accounting and its impact on the profitability of commercial companies. *Revista ciencia y tecnología. Chimbote,* Perú.  
<https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/2649>

Espinoza, R. y Vilca, R. (2019). Quality of service in real estate projects and the profitability of construction companies in the district of El Tambo Huancayo-2018. (Artículo científico). *Visionarios en ciencia y tecnología. Huancayo,* Perú.  
<https://revistas.uroosevelt.edu.pe/index.php/VISCT/article/download/13/13/26>

Flores, J., Miranda, E. (2017). Factors influencing the economic profitability of the production of camu camu cultivation in the peruvian forest. (artículo



- científico). *Rev. Tzhoecoen. Perú.*  
<http://revistas.uss.edu.pe/index.php/tzh/article/view/464/453>
- Flores, L. (2019). Human talent management and profitability of the hotel sector in the region of Puno, Perú. (artículo científico). *Rev. esc.adm.neg. Perú.*  
<http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n87/0120-8160-ean-87-59.pdf>
- Fontalvo, T. (2019). The supply chain logistics and management processes. *Universidad libre, sede Cartagena. Colombia.*  
<https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/saber/article/download/5880/5458/12664>
- Freire, C., Govea, K., Hurtado, G. (2018). Incidence of Corporate Social Responsibility in the economic profitability of Ecuatorian companies. *Revista Espacios.*  
<https://www.revistaespacios.com/a18v39n19/a18v39n19p07.pdf>
- García, F., Zhindón, C., Valdiviezo, L., Cadme, M., Gutiérrez, H. y Del Pino, F. (2022). A comparative study of water quality using two quality indices and a risk index in a drinking water distribution network. *Revisión de tecnología ambiental.* <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85125962469&doi=10.1080%2f21622515.2021.2013955&origin=inward&txGid=e5d0911448be44c3b9734e2c9cc78267>
- Gómez, R., Palma, E. y Beltrán, L. (2020). Planning and financial profitability in companies providing electrosumergible pumping services in pdvsa, Venezuela. *Revista Innova ITFIP.*  
<http://revistainnovaitfip.com/index.php/innovajournal/article/view/103/204>
- Gonzales, M. (2021), *Gestión de Créditos y Rentabilidad en la Empresa Importaciones Sur, Tarapoto – 2021.* (tesis de maestría) Universidad Cesar Vallejo. Tarapoto, Perú.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/73846/Gonzales\\_VMJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/73846/Gonzales_VMJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- González, M., Méndez, M. (2017). Determinants of the Financial Profitability of MSMEs in the Priority Sectors in the 2012- 2015 period. (artículo científico).

- X- *pendientes.* *Ecuador.*  
<http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/392/3921929012/3921929012.pdf>
- Grimaldi, M., Sanchez, A. (2017). Evolution in financial profitability and debt according to size of organizations of management of sports facilities of noncompetitive leisure. (artículo científico). *Podium sport, leisure and tourism review.* *España.*  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6678543>
- Guevara, L. y Flores, C. (2021), Management by results to improve the quality of service in public entities. (artículo científico), *Universidad César Vallejo, Perú.*  
<https://www.ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/899/1241>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta ed.). Mc Graw Hill.  
<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Landi, J. (2021). Rentabilidad y liquidez en la salud empresarial del sector de la construcción. (Artículo científico). *Universidad del Azuay. Cuenca-Ecuador.*  
<https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/10987/1/16529.pdf>
- Los Santos, I. (2006), *Logística y marketing para la distribución comercial.* Esic Editorial.
- Manrique, M., Teves, J., Taco, A. (2019). Supply chain management: a look from the theoretical perspective. *Universidad Nacional Autónoma de Huanta, Perú.* <https://www.redalyc.org/journal/290/29062051009/>
- Mejía, J., San Andrés, P., Paredes, I. (2018). Logistics and distribution channels for process improvement. Case Study NEDERAGRO SA- Period 2019. *INNOVA Research Journal.* *Ecuador.*  
<https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/876>

- Meleán, R., Velasco, J. (2017). Process of marketing of products derived from double purpose bovine cattle. *Fundación Miguel Unamuno y Jugo Maracaibo, Venezuela*. <https://www.redalyc.org/pdf/782/78252811004.pdf>
- Padilla, A., Rivera, J. y Ospina, J. (2019). Financial performance of the most innovative companies of the real sector of Colombia. *Entramado*. <http://www.scielo.org.co/pdf/entra/v15n1/1900-3803-entra-15-01-78.pdf>
- Pardo, M., Armas, R. y Higuerey, A. (2018). Intellectual capital and its influence on the profitability of Ecuadorian communication companies. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, 335-347. <https://search.proquest.com/openview/e3cffa7cbd1346aca5ba524b518efedf/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>
- Pico, C., Mancheno, M. y Chaluisa, S. (2020), Orders and transportation: A strategic unit of study in logistic indicators of the new era. (artículo científico), *Universidad Técnica de Ambato, Ambato Ecuador*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7437975>
- Puente, M. y Andrade, F. (2017), Relationship between product diversification and corporate profitability. (artículo científico), *Universidad Estatal de Milagro, Ecuador*. <https://www.redalyc.org/pdf/5826/582663825010.pdf>
- Puente, M. y Viñán, J. (2017). Estrategias de crecimiento empresarial y su incidencia en la rentabilidad empresarial. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador*. <https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/crecimiento-rentabilidad.html>
- Ramírez, S., Maldonado, I. (2020). Influence of liquidity on financial profitability: The case of the Goodyear S.A. Company. *Valor Contable*. [https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri\\_vc/article/view/1397](https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_vc/article/view/1397)
- Reyes, Y., González, R., Rodríguez, Y. (2021). Evaluation of the steam generation and distribution system at a meat company. *Scientia et Technica, Colombia*. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84966670010>

- Ríos, B. (2020), *Gestión de suministro y su relación con la disponibilidad de medicamentos en el Hospital II-1 Moyobamba - 2020*. (tesis de maestría) Universidad Cesar Vallejo. Tarapoto, Perú. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/52289/R%203%20ados\\_MB-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/52289/R%203%20ados_MB-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ríos, R. (2017) Metodología para la investigación y redacción. (3° Ed.) Servicios Académicos Intercontinentales S.L. España. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2017/1662/1662.pdf>
- Sajami, D. (2022), *Gestión logística y procesos productivos en la empresa Concretera & Servicios Amazónica S.A.C. Tarapoto - 2021*. (tesis de maestría), Universidad Cesar Vallejo, Tarapoto, Perú. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/83037/Sajami\\_CD-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/83037/Sajami_CD-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Sánchez, M. y Lazo, V. (2018). Determinants of business profitability in ecuador: a crosssectional analysis. *Revista ECA Sinergia. Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6494797>
- Saehu., S, Diah., M, Julca, F., Huerta, R. y Valderrama, L. (2022). Environmental Awareness and Environmental Management Practices: Mediating Effect of Environmental Data Distribution. *Scopus*. <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85137480478&doi=10.14505%2Fjemt.v13.5%2861%29.11&origin=inward&txGid=7b72048a925ab68f3d31b914ede7fc8f>
- Sánchez, Y., Pérez, J., Sangroni, N. (2021). Current challenges of logistics and supply chain. *Ingeniería Industrial. Cuba*. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-59362021000100169](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362021000100169)
- Segura, M. (2019). Related transactions and the profitability of the company A. Hartrodt Peru S.A.C, 2016-2018. *Innova Research Journal*. <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/1022/1547>
- Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación científica incluye evaluación y*

*administración de proyectos de investigación*. (4ta ed.) Limusa.  
[https://www.academia.edu/17470765/EL\\_PROCESO\\_DE\\_INVESTIGACION\\_CIENTIFICA\\_MARIO\\_TAMAYO\\_Y\\_TAMAYO\\_1](https://www.academia.edu/17470765/EL_PROCESO_DE_INVESTIGACION_CIENTIFICA_MARIO_TAMAYO_Y_TAMAYO_1)

Vázquez, X., Rech, I., Miranda, G. y Tavares, M. (2017). Convergences between provatability and liquidity in the agribusiness sector. *Cuadernos de Contabilidad*. <http://www.scielo.org.co/pdf/cuco/v18n45/0123-1472-cuco-18-45-00152.pdf>

Villanueva, R. y Phala, N. (2021), Liquidity and profitability in a private school. (artículo científico) *Universidad Peruana Unión, Perú*.  
<https://educas.com.pe/index.php/hechoscontables/article/view/79/322>

Zambrano, F., Sánchez, M. y Correa, S. (2021), Profitability, indebtedness and liquidity analysis of microenterprises in Ecuador. (artículo científico), *Universidad Internacional del Ecuador*.  
<http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/retos/v11n22/1390-6291-Retos-11-22-00235.pdf>

Zapata, J., Vélez, A., Arango, M. (2020). Distribution process improvement in a transport company. *Instituto Politécnico Nacional México*.  
<https://www.redalyc.org/journal/4560/456063405009/456063405009.pdf>

Zurita, T., Pucutuy, J., Córdova, I. y León, L. (2019). Financial strategies to increase profitability. Case: Empresa Indema Perú S.A.C. *Innova Research Journal*. <http://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/index>

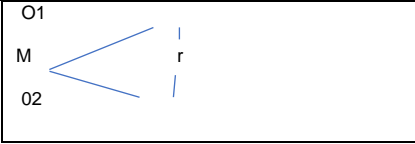
# **ANEXOS**

### Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
<b>Sistema de distribución</b>	Santos (2006) define que es la sincronización de actividades para poder optimizar la distribución de los bienes mediante la colaboración e integración del todo el personal para conseguir los objetivos propuestos.	La variable será medida a través de sus dimensiones e indicadores respectivamente.	Optimización	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Medios</li> <li>- Equipo humano</li> <li>- Stocks</li> </ul>	Ordinal
			Integración	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Responsable de almacén</li> <li>- Responsable de transporte</li> </ul>	
			Colaboración	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vinculación</li> <li>- Clientes</li> <li>- Proveedores</li> </ul>	
			Sincronización	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visión</li> <li>- Proceso</li> </ul>	
<b>Rentabilidad</b>	La rentabilidad se entiende como aquella en la que la empresa obtiene un retorno, en base a la rentabilidad económica y la rentabilidad financiera de la misma. (Contreras & Díaz, 2015)	La variable será medida a través de sus dimensiones e indicadores respectivamente.	Rentabilidad económica	$ROA = (\text{Beneficio neto} / \text{activos}) * 100$	Ordinal
			Rentabilidad financiera	$ROE = (\text{Beneficio neto} / \text{patrimonio neto}) * 100$	

## Matriz de consistencia

**Título:** Sistema de distribución v rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto v servicios Generales EIRL.

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Técnica e Instrumentos										
<p><b>Problema general</b> ¿Cuál es relación entre el sistema de distribución y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022?</p> <p><b>Problemas específicos</b> ¿Cuál es el nivel de sistema de distribución en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022? ¿Cuál es el nivel de rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022? ¿Cuál es relación entre la optimización y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022? ¿Cuál es relación entre la integración y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022? ¿Cuál es relación entre la colaboración y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022? ¿Cuál es relación entre la sincronización y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022?</p>	<p><b>Objetivo general</b> Determinar la relación entre el sistema de distribución y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022.</p> <p><b>Objetivos específicos</b> Identificar el nivel de sistema de distribución en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022. Analizar el nivel de rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022. Establecer la relación entre la optimización y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022. Establecer la relación entre la integración y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022. Establecer la relación entre la colaboración y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022. Establecer la relación entre la sincronización y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022.</p>	<p><b>Hipótesis general</b> <b>Hi:</b> Existe relación significativa entre el sistema de distribución y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022.</p> <p><b>Hipótesis específicas</b> H1: El nivel de sistema de distribución en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022, es alto. H2: El nivel de rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022, es alto. H3: Existe relación significativa entre la optimización y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022. H4: Existe relación significativa entre la integración y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022. H5: Existe relación significativa entre la colaboración y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022. H6: Existe relación significativa entre la sincronización y la rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022.</p>	<p><b>Técnica</b> Encuestas</p> <p><b>Instrumentos</b> Cuestionario</p>										
<b>Diseño de investigación</b>	<b>Población y muestra</b>	<b>Variables y dimensiones</b>											
 <p>Dónde: M = Muestra de estudio V1 = Sistema de distribución V2 = Rentabilidad r = Relación</p>	<p><b>Población:</b> 32 trabajadores de la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022</p> <p><b>Muestra:</b> 32 trabajadores de la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, Tarapoto – 2022</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;">Variables</th> <th style="width: 50%;">Dimensiones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="4" style="text-align: center;">Sistema de distribución</td> <td>Optimización</td> </tr> <tr> <td>Integración</td> </tr> <tr> <td>Colaboración</td> </tr> <tr> <td>Sincronización</td> </tr> <tr> <td rowspan="2" style="text-align: center;">Rentabilidad</td> <td>Rentabilidad económica</td> </tr> <tr> <td>Rentabilidad financiera</td> </tr> </tbody> </table>		Variables	Dimensiones	Sistema de distribución	Optimización	Integración	Colaboración	Sincronización	Rentabilidad	Rentabilidad económica	Rentabilidad financiera
Variables	Dimensiones												
Sistema de distribución	Optimización												
	Integración												
	Colaboración												
	Sincronización												
Rentabilidad	Rentabilidad económica												
	Rentabilidad financiera												



## Instrumentos de recolección de datos

### Cuestionario: Sistema de distribución

#### Datos generales:

N° de cuestionario: ..... Fecha de recolección: ...../...../.....

#### Introducción:

El presente instrumento tiene como objetivo recabar información acerca del sistema de distribución. Lea atentamente cada ítem y seleccione una de las alternativas, la que sea la más apropiada para Usted, seleccionando del 1 a 5, que corresponde a su respuesta. Además, debe marcar con un aspa la alternativa elegida. Asimismo, no existen respuestas “correctas” o “incorrectas”, ni respuestas “buenas” o “malas”. Solo se solicita honestidad y sinceridad de acuerdo a su percepción. Finalmente, la respuesta queierta es totalmente reservada y se guardará confidencialidad y marque todos los ítems.

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN		Opciones de respuesta				
Nº	Criterios de evaluación	1	2	3	4	5
<b>Optimización</b>						
1	S cuenta con los medios necesarios para un adecuado sistema de distribución.					
2	Los medios utilizados son adecuados para el tipo de trabajo realizado.					
3	Se cuenta con el equipo humano necesario.					
4	Se cuenta con productos en stock para poder satisfacer las necesidades del cliente.					
<b>Integración</b>						
5	El responsable de almacén coordina con el área de ventas para sincronizar los productos ofertados.					

6	El responsable de almacén informa de las mercaderías con las que no cuenta					
7	Existe una coordinación adecuada con los responsables de distribuir las mercaderías a nivel interno y externo.					
<b>Colaboración</b>						
8	Se coordina de manera oportuna con todas las áreas del negocio.					
9	Se tiene un registro de acuerdo al tipo de cliente que tiene la empresa.					
10	Se le brinda información detallada de los productos a los clientes de la empresa.					
11	Se realiza un servicio postventa con el cliente.					
12	se mantiene buenas relaciones con los proveedores.					
<b>Sincronización</b>						
13	El personal conoce la visión de la empresa.					
14	Se le capacita al personal para tener conocimiento de las funciones que realiza la empresa.					
15	El personal es comprometido con los procesos y objetivos institucionales.					

## Instrumentos de recolección de datos

### Cuestionario: Rentabilidad

Rentabilidad económica	$RE = (\text{Beneficio neto} / \text{activos}) * 100$	$RE = (15310 / 196830.00) * 100$ $RE = 7.77$
Rentabilidad financiera	$RF = (\text{Beneficio neto} / \text{patrimonio neto}) * 100$	$RF = 15310 / 120310 * 100$ $RF = 12.72$

## Validación de los instrumentos de investigación

Variable	Nº	Especialidad	Promedio de validez	Opinion del experto
Sistema de distribución	1	Metodologo	4.6	Coherente y aplicable
	2	Especilista	4.5	Coherente y aplicable
	3	Especilista	4.8	Coherente y aplicable
Rentabilidad	1	Metodologo	4.7	Coherente y aplicable
	2	Especilista	4.6	Coherente y aplicable
	3	Especilista	4.9	Coherente y aplicable

## Validación de los instrumentos de investigación



### INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

#### I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Rodríguez Mendoza, Segundo Saúl  
Institución donde labora : Universidad Nacional de San Martín  
Especialidad : Maestro en ciencias económicas, mención gestión empresarial  
Instrumento de evaluación : Cuestionario de Sistema de distribución  
Autor (s) del instrumento (s): Br. Delgado Aguilar, Miguel

#### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Sistema de distribución</b>					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio: <b>Sistema de distribución</b>					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Sistema de distribución</b>					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
<b>PUNTAJE TOTAL</b>					46	

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

**OPINIÓN DE APLICABILIDAD:** El instrumento muestra coherencia metodológica por lo que procede su aplicación.

**PROMEDIO DE VALORACIÓN:** 4.6

Tarapoto 26 de octubre de 2022

Sr. Mg. Sr. Segundo Rodríguez M.  
Colig. CLAD 7097

**INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**
**I. DATOS GENERALES**

Apellidos y nombres del experto: Mag. Trujillo Vargas Danny Marhd  
 Institución donde labora : Universidad Nacional De San Martín  
 Especialidad : Maestro En Administración De Negocios-MBA  
 Instrumento de evaluación : Cuestionario de Sistema de distribución  
 Autor (s) del instrumento (s): Br. Delgado Aguilar, Miguel

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**
**MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)**

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Sistema de distribución					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio: Sistema de distribución					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Sistema de distribución					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
<b>PUNTAJE TOTAL</b>					45	

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

**III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD**

Instrumento válido para su aplicación

**PROMEDIO DE VALORACIÓN:** 4.5=Excelente

Tarapoto, 25 de octubre de 2022



M.B.A. Danny Marhd Trujillo Vargas  
 Matricula N° 02 - 7415

Sello personal y firma

## INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

### I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Mg. Angeley Coral Flores.  
 Institución donde labora : Escuela de Educación Superior Pedagógica Pública "Lamas"  
 Especialidad : Maestra en Administración de Negocios.  
 Instrumento de evaluación : Cuestionario de Sistema de distribución  
 Autor (s) del instrumento (s) : Br. Delgado Aguilar, Miguel

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Sistema de distribución					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio: Sistema de distribución					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Sistema de distribución					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
<b>PUNTAJE TOTAL</b>						<b>48</b>

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

### III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Se considera, según los criterios evaluados que el Cuestionario Si es aplicable en un 96% ya que las preguntas guardan relación.

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.8 Buena ( $4.8 \times 0.20 \times 100 = 96\%$ ).

Tarapoto, 26 de octubre de 2022.



Sello personal y firma

**INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**
**II. DATOS GENERALES**

Apellidos y nombres del experto: Rodríguez Mendoza, Segundo Saúl  
 Institución donde labora : Universidad Nacional de San Martín  
 Especialidad : Maestro en ciencias económicas, mención gestión empresarial  
 Instrumento de evaluación : Cuestionario de rentabilidad  
 Autor (s) del instrumento (s): Br. Delgado Aguilar, Miguel

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

**MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)**

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>rentabilidad</b>					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio: <b>rentabilidad</b>					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>rentabilidad</b>					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
<b>PUNTAJE TOTAL</b>						<b>4.7</b>

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; si embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

**OPINIÓN DE APLICABILIDAD:** El instrumento muestra coherencia metodológica por lo que procede su aplicación.

**PROMEDIO DE VALORACIÓN:** 4.7

Tarapoto, 26, de octubre de 2022



U. Ma. Va. Segurano Rodríguez M.  
 Coleg. CLAD 7097



**INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**

**II. DATOS GENERALES**

Apellidos y nombres del experto: Mag. Trujillo Vargas Danny Marhd  
 Institución donde labora : Universidad Nacional De San Martin  
 Especialidad : Maestro En Administración De Negocios-MBA  
 Instrumento de evaluación : Cuestionario de rentabilidad  
 Autor (s) del instrumento (s): Br. Delgado Aguilar, Miguel

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

**MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)**

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: rentabilidad					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio: rentabilidad				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: rentabilidad				X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
<b>PUNTAJE TOTAL</b>						<b>46</b>

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

**IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD**

Instrumento válido para su aplicación

PROMEDIO DE VALORACIÓN: **4.6 = Excelente**

Tarapoto, 25 de Octubre de 2022



M.B.A. Danny Marhd Trujillo Vargas  
 Matrícula N° 02 - 7415

Sello personal y firma

**INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**
**II. DATOS GENERALES**

Apellidos y nombres del experto : Mg. Angeley Coral Flores.  
 Institución donde labora : Escuela de Educación Superior Pedagógica Pública "Lamas"  
 Especialidad : Maestra en Administración de Negocios.  
 Instrumento de evaluación : Cuestionario de rentabilidad.  
 Autor (s) del instrumento (s) : Br. Delgado Aguilar, Miguel

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**
**MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)**

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: rentabilidad					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio: rentabilidad					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: rentabilidad					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
<b>PUNTAJE TOTAL</b>		<b>49</b>				


(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

**IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD**

Se considera, según los criterios evaluados que el Cuestionario Si es aplicable en un 98% ya que las preguntas guardan relación.

**PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.8 Buena (4.8 x 0.20 x 100 = 98%)**

Tarapoto, 26 de octubre de 2022.



COLEGIO PROFESIONAL DE LICENCIADOS EN TURISMO  
 REGIÓN SAN MARTÍN  
 Lic. MBA Angeley Coral Flores  
 CPLT SM 0070

Sello personal y firma

## Confiabilidad de los instrumentos de investigación

### Análisis de confiabilidad de Sistema de distribución

<b>Resumen de procesamiento de casos</b>			
		N	%
Casos	Válido	32	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	32	100,0

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

#### **Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,977	15

### Análisis de confiabilidad de Rentabilidad

<b>Resumen de procesamiento de casos</b>			
		N	%
Casos	Válido	32	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	32	100,0

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

#### **Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,977	15

## Constancia de autorización donde se ejecutó la investigación

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

### CARTA N°01-2022

DE: Luis Demetrio German Aguilar  
Gerente, Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL

A: Miguel Delgado Aguilar  
Estudiante de la Maestría en administración de negocios de la  
Universidad César Vallejo, Tarapoto.

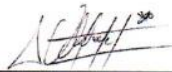
ASUNTO: Autorizar publicar o difundir los resultados de su investigación  
aplicados a mi empresa.

FECHA: Tarapoto, 01 de diciembre de 2022

Mediante el presente y cumpliendo con la Ley de transparencia y acceso a la información pública, mi representada autoriza al estudiante de maestría MIGUEL DELGADO AGUILAR, publicar y/o difundir los resultados del estudio titulado: Sistema de distribución y rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, 2022.

El cual tuvo por objetivo: la obtención del grado de maestría que se enmarca dentro de un trabajo de investigación académico de nivel de tesis, el cual cumple con los protocolos y códigos de ética en la investigación.

Atentamente,



CPC. Luis Demetrio German Aguilar  
Gerente propietario

## Base de datos estadísticos

### Variable 1: Sistema de distribución

Nº	p1	p2	p3	p4	sub total	p5	p6	p7	sub total	p8	p9	p10	p11	p12	sub total	p13	p14	p15	sub total	TOTAL
1	2	3	3	2	10	2	2	3	7	3	3	2	2	3	13	2	3	3	8	38
2	3	3	4	4	14	4	3	3	10	3	4	4	3	3	17	3	3	4	10	51
3	1	1	1	2	5	2	1	1	4	1	1	2	1	1	6	1	1	1	3	18
4	1	2	2	2	7	1	1	2	4	2	2	1	1	2	8	1	2	2	5	24
5	3	4	3	4	14	3	3	4	10	4	3	3	3	4	17	3	4	3	10	51
6	1	2	2	2	7	2	1	2	5	2	2	2	1	2	9	1	2	2	5	26
7	4	4	4	3	15	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	59
8	3	2	3	2	10	3	3	2	8	2	3	3	3	2	13	3	2	3	8	39
9	4	4	5	3	16	3	4	4	11	4	1	3	4	4	16	4	4	5	13	56
10	5	4	5	4	18	5	5	4	14	4	1	5	5	4	19	5	4	5	14	65
11	4	4	4	5	17	5	4	4	13	4	4	5	4	4	21	4	4	4	12	63
12	3	2	4	3	12	2	3	2	7	2	4	2	3	2	13	3	2	4	9	41
13	2	3	2	2	9	2	2	3	7	3	4	2	2	3	14	2	3	2	7	37
14	4	3	4	2	13	3	4	3	10	3	4	3	4	3	17	4	3	4	11	51
15	2	2	1	1	6	2	2	2	6	2	1	2	2	2	9	2	2	1	5	26
16	2	3	3	2	10	2	2	3	7	3	3	2	2	3	13	2	3	3	8	38
17	3	3	4	4	14	4	3	3	10	3	4	4	3	3	17	3	3	4	10	51
18	1	1	1	2	5	2	1	1	4	1	1	2	1	1	6	1	1	1	3	18
19	1	2	2	2	7	1	1	2	4	2	2	1	1	2	8	1	2	2	5	24
20	3	4	3	4	14	3	3	4	10	4	3	3	3	4	17	3	4	3	10	51
21	2	3	3	2	10	2	2	3	7	3	3	2	2	3	13	2	3	3	8	38
22	3	3	4	4	14	4	3	3	10	3	4	4	3	3	17	3	3	4	10	51
23	1	1	1	2	5	2	1	1	4	1	1	2	1	1	6	1	1	1	3	18
24	1	2	2	2	7	1	1	2	4	2	2	1	1	2	8	1	2	2	5	24
25	3	4	3	4	14	3	3	4	10	4	3	3	3	4	17	3	4	3	10	51
26	1	2	2	2	7	2	1	2	5	2	2	2	1	2	9	1	2	2	5	26
27	4	4	4	3	15	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	59
28	3	2	3	2	10	3	3	2	8	2	3	3	3	2	13	3	2	3	8	39
29	4	4	5	3	16	3	4	4	11	4	1	3	4	4	16	4	4	5	13	56
30	5	4	5	4	18	5	5	4	14	4	1	5	5	4	19	5	4	5	14	65
31	4	4	4	5	17	5	4	4	13	4	4	5	4	4	21	4	4	4	12	63
32	3	2	4	3	12	2	3	2	7	2	4	2	3	2	13	3	2	4	9	41

## Variable 2: Rentabilidad

BALANCE GENERAL		
ACTIVO	AÑO 2020	AÑO 2021
Activo corriente		
Efectivo	22,400.00	23,300.00
Cuentas por cobrar	28,900.00	30,000.00
Inventario prod. Tem.	10,200.00	12,000.00
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>61,500.00</b>	<b>65,300.00</b>
Activo no corriente		
Maquinaria y equipo	104,900.00	104,900.00
Depreciación acumulada	14,200.00	19,445.00
Acciones	34,300.00	39,000.00
Seguros pag. por Anticipado	5,000.00	7,075.00
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>130,000.00</b>	<b>131,530.00</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>191,500.00</b>	<b>196,830.00</b>
<b>PASIVO</b>		
Pasivo corriente		
Sueldos y salarios por pagar	12,300.00	13,500.00
Impuestos por pagar	27,100.00	28,020.00
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>39,400.00</b>	<b>41,520.00</b>
Pasivo no corriente		
Préstamo al banco	40,100.00	35,000.00
<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>40,100.00</b>	<b>35,000.00</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>79,500.00</b>	<b>76,520.00</b>
<b>PATRIMONIO</b>		
Capital		
Capital Social	100,000.00	105,000.00
<b>Resultados</b>	<b>12,000.00</b>	<b>15,310.00</b>
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>112,000.00</b>	<b>120,310.00</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>191,500.00</b>	<b>196,830.00</b>

<b>ESTADOS DE RESULTADOS</b>		
<b>PERIODOS</b>	<b>AÑO 2020</b>	<b>AÑO 2021</b>
VENTAS	14,4900.00	152,000.00
COSTO PRODUCCION Y VENTAS	66,400.00	68,000.00
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	78,500.00	84,000.00
GASTOS DE OPERACIONES		
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	55,100.00	56,300.00
GASTOS DE DISTRIBUCIÓN	7,700.00	7,890.00
GASTOS FINANCIEROS	4,200.00	5,000.00
UTILIDAD OPERATIVA	11,500.00	14,810.00
OTROS INGRESOS		
DIFERENCIA DE CAMBIO	500.00	500.00
<b>UTILIDAD DE GESTION ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>12000</b>	<b>15310</b>

**Autorización de la organización para publicar la identidad en los resultados de las investigaciones**

**AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN  
LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES**

Datos Generales

Nombre de la organización:	RUC:20608973070
<b>AGUILAR TARAPOTO INVERSIONES Y SERVICIOS GENERALES EIRL</b>	
Nombre del Titular o Representante legal:	
Nombres y Apellidos: German Aguilar, Luis Demetrio	DNI: 47058426

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo<sup>(\*)</sup>, autorizo [ X ], no autorizo [ ] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
"Sistema de distribución y rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, 2022"	
Nombre del Programa Académico: Maestría en administración de negocios MBA	
Autor: Nombres y Apellidos Delgado Aguilar, Miguel	DNI: 44408278

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha: Tarapoto, 01 de diciembre de 2022

Firma: 

**(Titular o Representante legal de la Institución)**

(\*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal "f" Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.





**Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, RAMIREZ GARCIA GUSTAVO, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TARAPOTO, asesor de Tesis titulada: "Sistema de distribución y rentabilidad en la empresa Aguilar Tarapoto y servicios Generales EIRL, 2022", cuyo autor es DELGADO AGUILAR MIGUEL, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 16.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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

TARAPOTO, 06 de Diciembre del 2022

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
RAMIREZ GARCIA GUSTAVO <b>DNI:</b> 01109463 <b>ORCID:</b> 0000-0003-0035-7088	Firmado electrónicamente por: RRAMIREZGA24 el 02-01-2023 18:35:50

Código documento Trilce: TRI - 0475297