



UCV
UNIVERSIDAD
CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
CONTABILIDAD

**“EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN DE COMERCIALIZACIÓN DE
ARTÍCULOS DE FERRETERÍA Y SU EFECTO EN LA
RENTABILIDAD DE LA EMPRESA SALDAÑA
DE LA CIUDAD DE TARAPOTO,
AÑO 2012”**

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

AUTORA:

KAREN ANEITH VELA GONZALES

Asesores:

C.P.C. C. OMAR URTECHO CUEVA

LIC. ANA LUISA RENGIFO VARGAS

TARAPOTO – PERÚ

2013

JURADO CALIFICADOR

.....
C.P.C.C. OMAR URTECHO CUEVA

Presidente

.....
LIC. ANA LUISA RENGIFO VARGAS

Secretaria

.....
M. Sc. ALBERTO SOTERO MONTERO

Miembro

DEDICATORIA

A quienes con mucho amor me trajeron al mundo y siguen impartíendome valores y acciones que consolidan mi formación profesional.

AGRADECIMIENTO

A la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO - TARAPOTO por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional.

También me gustaría agradecer a mis profesores durante toda mi carrera profesional porque todos han aportado con un granito de arena a mi formación,

De igual manera agradecer a mi profesor de Investigación y de Tesis de Grado, por su visión crítica de muchos aspectos cotidianos de la vida, por su rectitud en su profesión como docente, por sus consejos, que ayudan a formarte como persona e investigador.

Y por último agradecer a la Empresa Saldaña por haberme brindarme la información necesaria para poder desarrollar mi trabajo de tesis y por darme la oportunidad de crecer profesionalmente y aprender cosas nuevas.

DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD Y NO PLAGIO

La suscrita, **KAREN ANEITH VELA GONZALES**, con DNI N° 45433129, domiciliada en el Jr. Huáscar N° 278, Partido Alto – Tarapoto; a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de la Escuela de Contabilidad, DECLARO BAJO JURAMENTO, que toda la documentación que acompaño es auténtica y verídica.

Declaro también, que todos los datos e información que contiene la presente tesis son absolutamente auténticos y veraces.

Por lo dicho, asumo la responsabilidad que corresponde frente a cualquier falsedad, ocultamiento u omisión que pueda existir y me someto a lo dispuesto por las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Tarapoto, Setiembre de 2013

KAREN ANEITH VELA GONZALES
DNI N° 45433129

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado Calificador.

En cumplimiento con el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el título profesional de Contador, pongo en vuestras manos la presente tesis titulada: **“Evaluación de la gestión de comercialización de artículos de ferretería y su efecto en la rentabilidad de la “Empresa Saldaña” de la ciudad de Tarapoto- Año 2012”**.

Este trabajo tiene por finalidad desarrollar un proceso evaluativo de la gestión de comercialización de artículos de ferretería, así como su incidencia en la rentabilidad de la Empresa Saldaña en la ciudad de Tarapoto, año 2012.

Señores miembros del Jurado, someto a vuestro criterio profesional la evaluación del presente trabajo de investigación, con la convicción de que le otorgarán el valor justo, esperando haber cumplido con los requisitos que demanda para su aprobación.

Mi agradecimiento anticipado por las sugerencias y apreciaciones que estimen en vuestra labor.

Tarapoto, Setiembre de 2013

La Autora.

ÍNDICE

Contenido	Página
PÁGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTOS	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
ÍNDICE	vii
RESUMEN	vii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	10
Antecedentes	11
Justificación	15
Problema	17
Hipótesis	20
Objetivos	20
Marco Teórico	21
Marco Conceptual	84
II. MARCO METODOLÓGICO	87
2.1. Variable	87
2.2. Operacionalización de Variables	87
2.3. Metodología	88
2.4. Tipos de estudio	88
2.5. Diseño	89
2.6. Población, muestra y muestreo	89
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos....	91
2.8. Método de análisis de datos	91
III. RESULTADOS	93
IV. DISCUSIÓN	131
V. CONCLUSIONES	135
VI. SUGERENCIAS	137
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	139

RESUMEN

En los últimos años el movimiento comercial peruano vive un proceso de gran dinamismo y cambios importantes. En ese contexto las empresas más grandes del sector se ven en la necesidad de desarrollar agresivas estrategias de crecimiento, generando innovación y competitividad.

Desde ese punto de vista, en primer lugar se analiza el marco teórico, los procedimientos de comercialización desarrollados por las empresas; finalmente, se efectuará un análisis de los procedimientos en compras, ventas y distribución para ser aplicadas en la realidad.

La globalización implica en todos los aspectos, especialmente en lo económico, suscitando cambios en las formas de competencia, de diferenciación a mercados de bajo costo, que permiten volver a elaborar procedimientos basados en la reducción de los gastos de ventas.

Las acciones en la comercialización se realizan pensando en los consumidores, creando nuevas estrategias entre los generadores de cargas (bienes) y llegando a los clientes finales.

En las empresas, cada vez se abocan más en lo que saben hacer bien, dejando el resto de actividades de la cadena productiva en manos de compañías especializadas, en tanto las plataformas de acciones de comercialización sirven de soporte en el desarrollo de los mercados locales. Es por ello la realización del presente trabajo de investigación titulado **“Evaluación de la gestión de comercialización de artículos de ferretería y su efecto en la rentabilidad de la empresa Saldaña de la ciudad de Tarapoto, Año 2012”**

ABSTRACT

In recent years the Peruvian trade movement is experiencing a dynamic process and important changes. In this context the industry's largest companies are in need of developing aggressive growth strategies, generating innovation and competitiveness.

From this point of view, first discusses the theoretical framework, marketing procedures developed by companies, and finally, there will be an analysis of the procedures for purchasing, sales and distribution to be applied in reality.

Globalization implies in all aspects, especially in the economic, prompting changes in the forms of competition, differentiation to low-cost markets, which enable re-develop procedures based on the reduction of selling expenses.

The actions are performed in marketing consumer thinking, creating new strategies among load generators (goods) and coming to the end customers.

In business, have a particular relationship increasingly more on what they do well, leaving the rest of the supply chain activities in the hands of specialized companies in both marketing platforms actions serve to support the development of local markets. **That is why the preparation of this paper titled "Evaluation of management of hardware marketing and its effect on the profitability of the company Saldana city of Tarapoto, Year 2012"**