



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE COMERCIALIZACIÓN Y SU VINCULO CON LAS VENTAS  
DE LA CADENA FARMACÉUTICA BOTICAS Y SALUD SURCO LIMA  
2013**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR**

Rossana Zelmira Retamozo Jimenez

**ASESOR:**

**Dra. Teresa Narvaez Aranibar**

**LINEA DE INVESTIGACIÓN**

Marketing

**LIMA – PERU**

**2014**



---

Dr. BERNARDO COJAL LOLI  
Presidente



---

MG. TERESA GONZALES MONCADA  
Secretaria



---

ECO. CESAR CIFUENTES LA ROSA  
Vocal

## Dedicatoria

Dedico esta tesis a mi padre, mi madre, mis hermanos y mis sobrinos que son todo para mí, sin ellos no hubiera sido posible el desarrollo de mi carrera por su apoyo incondicional, por sus palabras de aliento para seguir adelante a pesar de los contratiempos. Ellos siempre serán mi mayor fuente de inspiración para alcanzar mis objetivos y no rendirme hasta alcanzar el anhelado título profesional.

## AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios y a nuestro señor Jesús porque sin su amor nada sería posible, por cuidarme siempre y darme la luz para seguir mi camino.

A mi madre por su incondicional apoyo por ser la mejor madre del mundo. Y a mi jefe el señor Martín Rojas por su gran apoyo en la obtención de mi licenciatura.

## DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo, Rossana Zelmira Retamozo Jimenez con DNI N<sup>o</sup>, 10657565 a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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 de la Universidad César Vallejo.

Lima, 18 Marzo del 2014

Rossana Zelmira Retamozo Jimenez

## PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la tesis titulada “Gestión de Comercialización y su Vínculo con las Ventas de la Cadena Farmacéutica Boticas y Salud Surco Lima 2013”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título profesional.

El autor (la autora)

Rossana Zelmira Retamozo Jimenez

## RESUMEN

La presente tesis tuvo como objetivo principal establecer el vínculo entre la Gestión de comercialización y las ventas. La Gestión de comercialización podemos definirla como acciones que utilizan las empresas para introducir sus productos o servicios al mercado, el presente estudio es de tipo cualitativo, por la finalidad utilizada es de tipo descriptivo correlacional, la población tomada en cuenta fue de 1000 colaboradores entre químicos y técnicos de farmacias que laboran en los diferentes locales de la cadena farmacéutica Boticas y salud, la muestra recolectada fue de 168 colaboradores utilizando el método no probabilístico por conveniencia, se utilizó el programa estadístico SPSS para la tabulación de los datos, y los resultados obtenidos fueron que si existe una influencia significativa entre la Gestión de Comercialización y las Ventas de la Cadena Farmacéutica Boticas y Salud por lo tanto se debe trabajar para mejorar los procesos de la gestión de comercialización ya que estos ayudaran a que las ventas de la cadena mejoren.

**Palabras Claves:** Gestión de Comercialización, Ventas, servicios, mercado, población, procesos.

## ABSTRACT

This thesis has as main objective to establish the link between marketing management and sales. Management marketing can be defined as actions that companies use to introduce their products or services to market, this study is qualitative, for the purpose used is correlational descriptive, population taken into account was 1000 employees between chemical and pharmacy technicians working in different local pharmacy chain of Pharmacies and Health, the sample collected was 168 employees using non-probability method for convenience, SPSS statistical software for data tabulation, and results obtained were used were that if there is significant influence between Management Marketing and Sales Pharmaceutical Chain Drugstores and Health therefore must work to improve the processes of marketing management as these help sales of the chain better.

**Keywords:** Management Marketing, Sales, services, market, population, process.

## INDICE

Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Dedicatoria de Autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Resumen	x
Abstract	xi
<b>I.- Introducción</b>	<b>1</b>
<b>II.- Marco Metodológico</b>	<b>26</b>
2.1.- Variables	26
2.2.- Operacionalización de Variables	26
2.3.- Metodología	26
2.4.- Tipos de Estudio	26
2.5.- Diseño de investigación	27
2.6.- Población, muestra	27
2.7.- Técnicas e instrumentos de recolección de datos	28
2.8.- Métodos de análisis de datos	28
<b>III.- Resultados</b>	<b>29</b>
<b>IV.- Discusión</b>	<b>65</b>
<b>V.- Conclusiones</b>	<b>69</b>
<b>VI.- Sugerencias</b>	<b>71</b>
<b>VII.- Referencia Bibliográfica</b>	<b>73</b>
<b>VIII.- Anexos</b>	<b>75</b>
Anexo 1: Informe de opinión de expertos	76
Anexo 2: Juicio de expertos	78
Anexo 3: Encuesta de opinión al personal Farmacéutico Boticas y Salud	79

Anexo 4: Datos de confiabilidad	81
Anexo 5: Marco conceptual	83
Anexo 6: Matriz de consistencia	84
Anexo 7: Operacionalización de las variables	86

## **INDICE DE TABLAS Y GRAFICOS**

Tabla 1.- Contrastación de hipótesis Gestión de comercialización y ventas	29
Tabla 2.- Contrastación de hipótesis Selección de productos	31
Tabla 3.- Contrastación de hipótesis Mercado	33
Tabla 4.- Contrastación de hipótesis Canal de Distribución	35

## **Intervalos de Gestión de Comercialización**

### **INDICE DE GRÁFICOS**

Gráfica 1.- Análisis	37
Grafica 2.- Análisis	38
Gráfica 3.- Rotación	39
Gráfica 4.- Rotación	40
Gráfica 5.- Calidad	41
Gráfica 6.- Calidad	42
Gráfica 7.- Calidad	43
Gráfico 8.- Segmentación	44
Gráfico 9.- Competencia	45
Gráfico 10.- Estudio de Mercado	46
Gráfico 11.- Canal intermediario	47
Gráfico 12.- Distribución	48
Gráfico 13.- Productos	49
Gráfico 14.- Productos	50

## **Intervalos de Ventas**

### **INDICE DE GRÁFICOS**

Gráfico 1.- Promociones	51
-------------------------	----

Gráfico 2.- Promociones	52
Gráfico 3.- Promociones	53
Gráfico 4.- Servicios adicionales	54
Gráfico 5.- Servicios adicionales	55
Gráfico 6.- Servicios adicionales	56
Gráfico 7.- Atención	57
Gráfico 8.- Fidelización	58
Gráfico 9.- Fidelización	59
Gráfico 10.- Disposición	60
Gráfico 11.- Dispensación	61
Gráfico 12.- Estrategias de ventas	62
Gráfico 13.- Estrategias de ventas	63
Gráfico 14.- Actitud	64