



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Determinación de la Rentabilidad por Cliente y su Incidencia en la Toma de decisiones de las Empresas del Sector de Servicios del Distrito de Magdalena del Periodo 2016

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR

AUTOR:

Amargitt Lizet Bakshi Zarzosa

ASESOR:

Mag. Marcelo Dante Gonzales Matos

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

SISTEMA Y ORGANIZACIÓN CONTABLE Y GESTIÓN EMPRESARIAL

LIMA – PERÚ

AÑO 2016 - II

PÁGINA DEL JURADO

.....
Ricardo García Céspedes
PRESIDENTE

.....
Marcelo Gonzales Matos
SECRETARIO

.....
Michael La Torre Mosquipa
VOCAL

Quiero dedicar el presente trabajo a mi madre, mis abuelos y tíos que con su apoyo me ayudaron a lograr mi sueño profesional.

Quiero expresar mi sincero agradecimiento a Dios por guiarme día a día en el camino correcto, a los profesores por brindarme sus enseñanzas en esta etapa universitaria, en especial al Mg. Marcelo Gonzales M. por su apoyo y dedicación, y a las personas que me apoyaron para poder terminar esta tesis.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Amargitt Lizet Bakshi Zarzosa con DNI N° 47333181, con la tesis titulada **“DETERMINACIÓN DE LA RENTABILIDAD POR CLIENTE Y SU INCIDENCIA EN LA TOMA DE DECISIONES DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR DE SERVICIOS DEL DISTRITO DE MAGDALENA DEL PERIODO 2016”**, a efectos de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Título de la Universidad Cesar Vallejo , Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Contabilidad , declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Asimismo, 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 corresponde ante cualquier falsedad, ocultamiento y omisión, tanto en los documentos como la información aportada por lo cual a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Lima, 05 de Diciembre del 2016

Amargitt Lizet Bakshi Zarzosa
DNI: 47333181

PRESENTACION

Señores miembros del jurado:

El presente trabajo de investigación titulado “Determinación de la rentabilidad por cliente y su incidencia en la toma de decisiones de las empresas del sector de Servicios del distrito de Magdalena del periodo 2016” busca determinar la relación entre la variable 1: Rentabilidad por cliente y la variable 2: Toma de decisiones.

Los resultados obtenidos en este trabajo ayudarán al empresario en la toma de decisiones a la hora de trabajar con un sistema de costos para que puedan evaluar qué cliente es más rentable para la empresa.

En la elaboración de este trabajo de investigación se ha considerado el planteamiento bajo la adaptación de la Norma APA, adaptado por la Universidad Cesar Vallejo, teniendo en cuentas los pasos metodológicos y procedimientos de la investigación científica, esperando cumplir con las exigencias técnicas del jurado evaluar.

Para el desarrollo y entendimiento del presente trabajo se ha considerado dividirlos en ocho capítulos:

Capítulo I: Introducción, en la cual se abarca la realidad problemática, los trabajos previos, las teorías relacionadas al tema, la formulación del problema, la justificación del estudio, las hipótesis y los objetivos de la investigación.

Capitulo II: Método, donde se menciona el diseño de la investigación, las variables, la operacionalización, la población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos , la validez y la confiabilidad, los métodos de análisis y los aspectos éticos.

Capítulo III: Resultados, que contiene la información recogida de las encuestas.

Capítulo IV: La discusión

Capítulo V: las conclusiones

Capítulo VI: Las recomendaciones; y

Capítulo VII: Las referencias y los anexos de la investigación

RESUMEN

El presente trabajo de investigación con el título “Determinación de la Rentabilidad por Cliente y su Incidencia en la Toma de decisiones de las Empresas del Sector de Servicios del Distrito de Magdalena del Periodo 2016”, se llevó a cabo con el objetivo general de determinar de qué manera la rentabilidad por cliente incide en la toma de decisiones de las empresas del sector servicios del distrito de Magdalena del periodo 2016.

Esta investigación presenta un diseño no experimental; con relación a la metodología es una investigación de tipo descriptiva, correlacional y básica, donde la variable 1 se relaciona con la variable 2, así también su enfoque es cuantitativo.

En esta investigación se han considerado dos variables que son: Rentabilidad por cliente como variable 1, y como variable 2 toma de decisiones.

Se ha considerado como hipótesis general que la rentabilidad por cliente incide significativamente en la toma de decisiones de las empresas del sector servicios del distrito de Magdalena del periodo 2016.

Además, como instrumento de recolección de datos se ha utilizado una encuesta realizada a 105 trabajadores que se desempeñan en la área de Call Center, administración, y contabilidad de las empresas de servicios de Call Center del distrito de Magdalena.

El análisis de los resultados nos lleva a concluir que nuestra hipótesis alterna general se cumple ya que los datos obtenidos en el campo nos permiten corroborar que la rentabilidad por cliente incide significativamente en la toma de decisiones de las empresas del sector servicios del distrito de Magdalena del periodo 2016.

Finalmente, se emiten conclusiones y recomendaciones que permitan promover el avance y la mejora de las empresas de servicios de Call Center.

ABSTRACT

The present research work entitled "Determination of Customer Profitability and its Decision-Making Effect in the Services Sector Companies of the District of Magdalena of the Period 2016" was carried out with the general objective of determining Which way the profitability per client affects the decision making of the companies of the service sector of the district of Magdalena of the period 2016.

This research presents a non-experimental design; In relation to the methodology is a descriptive, correlational and basic research, where variable 1 is related to variable 2, so its approach is quantitative.

In this research two variables have been considered: profitability per customer as variable 1, and as variable 2 decision making.

It has been considered as a general hypothesis that the profitability per client significantly affects the decision-making of companies in the service sector of the Magdalena district of the period 2016.

In addition, a survey of 105 workers in the Call Center area, administration, and accounting of Call Center services companies in the Magdalena district has been used as a data collection tool.

The analysis of the results leads us to conclude that our general alternative hypothesis is fulfilled since the data obtained in the field allow us to corroborate that the profitability per client significantly influences the decision making of companies in the services sector of the district of Magdalena del Period 2016.

Finally, conclusions and recommendations are issued to promote the advancement and improvement of Call Center services companies.

INDICE

CAPITULO I: INTRODUCCION

1.1.	Realidad problemática	3
1.2.	Trabajos previos	4
1.3.	Teorías relacionadas al tema	6
1.4.	Formulación del problema	9
	1.4.1. Problema general	9
	1.4.2. Problemas específicos	9
1.5.	Justificación del estudio	10
1.6.	Hipótesis	10
	1.6.1 Hipótesis general	10
	1.6.2 Hipótesis específicos	10
1.7.	Objetivos	10
	1.7.1 Objetivo general	11
	1.7.2 Objetivos específicos	11

CAPITULO II: MÉTODO

2.1	Diseño de investigación	12
2.2	Variables, operacionalización	13
2.3	Población y muestra	16
	2.3.1 Población	16
	2.3.2 Muestra	16
2.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	16
2.5	Métodos de análisis de datos	17

CAPITULO IV: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

5.1	Referencias bibliográficas	20
-----	----------------------------	----

ANEXOS

Anexo 1:	Instrumento	23
Anexo 2:	Matriz de consistencia	24
Anexo 3:	Certificado de validez de los expertos	25