



Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

Dirección General de Estudios de Posgrado

Facultad de Ciencias Administrativas

Unidad de Posgrado

**Gestión comercial por objetivos y su relación con los
resultados de una empresa de productos químicos**

TESIS

Para optar el Grado Académico de Magíster en Administración
con mención en Gestión Empresarial

AUTOR

Ricardo Alberto MORALES ALVARADO

Lima, Perú

2018



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

Referencia bibliográfica

Morales, R. (2018). *Gestión comercial por objetivos y su relación con los resultados de una empresa de productos químicos*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias Administrativas / Unidad de Posgrado]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.



9 ps R. 71 ps A

ACTA DE SUSTENTACION N° 0037 TCA-UPG-2018 PARA OPTAR

EL GRADO ACADÉMICO DE MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN



En la Ciudad Universitaria, a los veinticuatro días del mes de julio del año dos mil dieciocho, siendo las once horas, en el aula 401 de la sede de la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos; ante el Jurado Examinador, PRESIDIDO por el DR. LEONI VICENTE SILVA ROJAS, e integrado por los miembros: DR. PABLO WILLINS MAURICIO PACHAS (Asesor), DRA. GABY VARGAS VARGAS (Miembro), DR. JUAN MANUEL CEVALLOS AMPUERO (Miembro) y el MG. JOHANNES SCHMIDT URDANIVIA (Miembro); el postulante al grado de MAGISTER en ADMINISTRACIÓN con mención en GESTIÓN EMPRESARIAL, don RICARDO ALBERTO MORALES ALVARADO, procedió a hacer la exposición y defensa pública de su Tesis titulada: "GESTIÓN COMERCIAL POR OBJETIVOS Y SU RELACIÓN CON LOS RESULTADOS DE UNA EMPRESA DE PRODUCTOS QUÍMICOS" (EMPRESAS DE PRODUCTOS QUÍMICOS - LIMA) con el propósito de optar el grado de MAGISTER en ADMINISTRACIÓN con mención en GESTIÓN EMPRESARIAL.

Concluida la exposición y absueltas las preguntas, de acuerdo con lo establecido en el Artículo 61° del Reglamento para el Otorgamiento del grado de MAGISTER en ADMINISTRACIÓN con mención en GESTIÓN EMPRESARIAL, los miembros del Jurado Examinador, procedieron a asignar la calificación siguiente:

APROBADO (14)

Acto seguido, el Presidente del Jurado recomienda a la Facultad de Ciencias Administrativas OTORGAR el grado de MAGISTER en ADMINISTRACIÓN con mención en GESTIÓN EMPRESARIAL, a don RICARDO ALBERTO MORALES ALVARADO. Se extiende la presente Acta en cinco originales y siendo las 12:20 horas se da por concluido el Acto Académico de sustentación, firmando sus miembros en señal de conformidad.


DR. LEONI VICENTE SILVA ROJAS
PRESIDENTE


DR. PABLO WILLINS MAURICIO PACHAS
ASESOR


DRA. GABY VARGAS VARGAS
MIEMBRO


DR. JUAN MANUEL CEVALLOS AMPUERO
MIEMBRO


MG. JOHANNES SCHMIDT URDANIVIA
MIEMBRO

RESUMEN

La presente investigación aborda el estudio de la **Gestión Comercial y su relación con los resultados de las Empresas de Productos Químicos**”.

El propósito es tratar la relación entre la competitividad de las empresas de ventas de productos químicos y su participación en el mercado combinando las estrategias de comercialización por objetivos, la segmentación de mercado y la cartera de productos con la mayor eficiencia de las ventas, la mejor distribución del área de ventas y la mejor oferta del producto/servicio.

Cabe destacar que las empresas de ventas de productos químicos tienen líneas especializadas y materias primas. Ambas líneas de negocios se suelen sobreponer en los diferentes sectores industriales en que se desarrollan, por lo que una empresa que tiene ambos tipos de negocio puede presentar conflictos y/o mala distribución de las carteras, lo cual motivó el presente estudio.

Es así que, en estas organizaciones, la deficiencia en la comercialización principalmente por las interferencias y cruce de vendedores en la atención al cliente, así como la deficiente organización y deficiencias en la asignación de territorio de ventas, ocasionan alteración del clima laboral en el personal de ventas, afectando los resultados en la empresa. Ante esto, se propone la segmentación de mercado y la mejora de las condiciones para la distribución del personal especializado en la venta de productos químicos; conllevando a la reducción de tensiones laborales y conflictos internos.

Palabras clave: Gestión comercial- Territorio de ventas.

ABSTRACT

The present research deals with the study of Commercial Management and its relation with the results of the Chemical Products Companies".

The purpose is to treat the relationship between the competitiveness of chemical sales companies and their market share by combining marketing strategies by objectives, market segmentation and the product mix with the highest sales efficiency, better distribution of the sales people and the best offer of the product / service.

It should be noted that the chemical products sales companies have specialized and raw materials products, both kinds of business are usually superimposed in the different industrial sectors in which they are developed, so that a company that has both types of business can present conflicts and / or bad distribution of the portfolios which motivated the present study.

It is so, in these organizations, the deficiency in the commercialization mainly by the interferences and crossing of salesmen in the attention to the client, as well as the deficient organization and deficiencies in the allocation of territory of sales, cause alteration of the labor climate in the personnel of sales, affecting the results in the company. Given this, market segmentation is proposed, the improvement of conditions for the distribution of specialized personnel in the sale of chemical products, leading to the reduction of labor tensions and internal conflicts.

Keywords: Commercial management - Sales territory.