



UNIVERSIDAD ANDINA

NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



**VENTA AL MENUDEO Y GANANCIAS DE LOS COMERCIANTES
DE LA ASOCIACIÓN DOMINICAL CARNES
ROJAS, AZÁNGARO – 2024**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. YULIZA MAMANI ZAPANA

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
CONTADOR PÚBLICO**

JULIACA – PERÚ

2025



UNIVERSIDAD ANDINA

NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**VENTA AL MENUDEO Y GANANCIAS DE LOS COMERCIANTES
DE LA ASOCIACIÓN DOMINICAL CARNES
ROJAS, AZÁNGARO – 2024**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. YULIZA MAMANI ZAPANA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

APROBADA POR EL JURADO REVISOR:

PRESIDENTE

:



Dra. BERTHA BEJAR PARRA

PRIMER MIEMBRO

:



Dr. HILARIO CONDORI MAMANI

SEGUNDO MIEMBRO

:



Dr. CARLOS ADOLFO LUJAN URVIOLA

ASESOR DE TESIS

:



Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

ECONOMÍA SECTORIAL- P15



RESOLUCIÓN N° 180-2025-D-FCCF-UANCV-J

Juliaca, 18 de setiembre del 2025

VISTOS: El Oficio No 030-2025-DUI-FCCF-UANCV de fecha 18 de setiembre del 2025, emitido por la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, y el Expediente N° CU – 8216 presentado por el (la) Bachiller: MAMANI ZAPANA YULIZA, quien solicita nominación e jurados, fecha y hora de sustentación, para rendir el examen de sustentación y defensa de la tesis titulada: VENTA AL MENUDEO Y GANANCIAS DE LOS COMERCIANTES DE LA ASOCIACIÓN DOMINICAL CARNES ROJAS, AZÁNGARO - 2024 conducente para optar el Título profesional de CONTADOR PÚBLICO, que fue revisada por el Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de Contabilidad

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con el artículo 8º, numeral b) del Reglamento General de Grados y Títulos de la UANCV vigente, es procedente acceder a la petición del interesado.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Y estando, la opinión favorable de la Directora de la Unidad de Investigación y la Decana de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, y las atribuciones que confiere el artículo 28º del Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: DECLARAR APTO para la sustentación presencial del informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) el (la) bachiller: MAMANI ZAPANA YULIZA, sorteo de jurado de la Tesis titulada: VENTA AL MENUDEO Y GANANCIAS DE LOS COMERCIANTES DE LA ASOCIACIÓN DOMINICAL CARNES ROJAS, AZÁNGARO - 2024 para optar el Título profesional de CONTADOR PÚBLICO en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO: NOMINAR JURADOS para la sustentación presencial y defensa de la tesis a los siguientes docentes ordinarios:

- Presidente : DRA. BERTHA BEJAR PARRA
1er Miembro : DR. HILARIO CONDORI MAMANI
2do Miembro : DR. CARLOS ADOLFO LUJAN URVIOLA
Asesor : Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

ARTÍCULO TERCERO.- PROGRAMAR FECHA Y HORA de sustentación como se detalla:

- Lugar : Salón de Grados de la FCCF
Fecha : JUEVES 25 de setiembre del 2025
Hora : 9:30 a.m.

ARTÍCULO CUARTO.- DISPONER que la comisión de Grados y Títulos de la facultad, secretarías académicas y administrativas, quedan encargados del cumplimiento de la presente resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

DISTRIBUCIÓN:

- Jurados (3)
- Interesados (1)
- Archivo (1)



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
Dra. BERTHA BEJAR PARRA
Decana (a) de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras

RESOLUCIÓN N° 195 - 2025-DUI-FCCF-UANCV-J

Juliaca, 02 de julio del 2025

Visto: el Expediente N° 4550 fecha 17 de junio del 2025, del Bach. MAMANI ZAPANA YULIZA, quien solicita Revisión de Informe Final de la Investigación (Borrador de Tesis) y el Anexo (04 o 05) "Ficha de Opinión del Informe Final de la Investigación" que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de Contabilidad.

CONSIDERANDO:

Que, las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

Que, el (la) Bach. MAMANI ZAPANA YULIZA, quien solicita la revisión y aprobación de la propuesta de Investigación titulado: **VENTA AL MENUDEO Y GANANCIAS DE LOS COMERCIANTES DE LA ASOCIACIÓN DOMINICAL CARNES ROJAS, AZÁNGARO - 2024**, asimismo fue aprobado para su ejecución de informe final (borrador de tesis) con **RESOLUCIÓN N° 630-2024-DUI-FCCF-UANCV-J**, conducente para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, y

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Que, el Comité de Investigación emitió su opinión favorable a la propuesta de investigación.

Que, el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de Contabilidad, corroboro la propuesta del (a) **ASESOR (a) Dra. YUDY HUACANI SUCASACA**, quien debe estar acreditado y facultado para orientar y ayudar al asesorado en el proceso de elaboración del trabajo de investigación (Tesis) y,

Estando, la opinión favorable del comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades a la unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: APROBAR Y AUTORIZAR EL INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN (BORRADOR DE TESIS) para la REVISIÓN DE SIMILITUD TURNITIN, del tema: **VENTA AL MENUDEO Y GANANCIAS DE LOS COMERCIANTES DE LA ASOCIACIÓN DOMINICAL CARNES ROJAS, AZÁNGARO - 2024**, presentado por el (la) Bachiller: MAMANI ZAPANA YULIZA, para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO: RATIFICAR como ASESOR(a) al: **Dra. YUDY HUACANI SUCASACA**

ARTÍCULO TERCERO: DISPONER que la Facultad, secretarías académicas y administrativas, queden encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

DISTRIBUCIÓN:

- Interesados (1)
- Archivo (1)

UNIVERSIDAD ANDINA
"NESTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

Dra. Yudy Huacani Sucasaca
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE
INVESTIGACIÓN FCCF



RESOLUCIÓN N° 630 - 2024-DUI-FCCF-UANCV-J

Juliaca, 11 de noviembre del 2024

Visto: el Expediente N° 2024-CU-15791 de fecha 29 de octubre del 2024, el cual solicita Revisión de Propuesta de Investigación y el **Anexo (02 o 03) "Ficha de Opinión de la Propuesta de Investigación"** que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de **Contabilidad**.

CONSIDERANDO:

Que, las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

Que, el (la) Bach. **MAMANI ZAPANA YULIZA**, quien solicita la revisión y aprobación de la propuesta de Investigación titulado: **VENTA AL MENUDEO Y GANANCIAS DE LOS COMERCIANTES DE LA ASOCIACIÓN DOMINICAL CARNES ROJAS, AZÁNGARO - 2024**, conducente para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, y

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Que, el Comité de Investigación emitió su opinión favorable a la propuesta de investigación.

Que, la Directora de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de Contabilidad, corroboro la propuesta del (a) **ASESOR (a) Dra. YUDY HUACANI SUCASACA**, quien debe estar acreditado y facultado para orientar y ayudar al asesorado en el proceso de elaboración del trabajo de investigación (Tesis) y,

Estando, la opinión favorable del comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades a la unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: **APROBAR Y AUTORIZAR LA EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN** titulado: **VENTA AL MENUDEO Y GANANCIAS DE LOS COMERCIANTES DE LA ASOCIACIÓN DOMINICAL CARNES ROJAS, AZÁNGARO - 2024**, presentado por el (la) Bachiller. **MAMANI ZAPANA YULIZA**, en virtud de los considerados expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO: **RECONOCER** como **ASESOR(a)** al (a): **Dra. YUDY HUACANI SUCASACA**

ARTÍCULO TERCERO: **DISPONER** que la Facultad, secretarías académicas y administrativas, queden encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

[Firma]
Dra. Yudy Huacani Sacasaca
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE
INVESTIGACIÓN FCCF

DISTRIBUCIÓN:

- Interesados (1)
- Archivo (1)



11% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Fuentes principales

- 7% Fuentes de Internet
- 2% Publicaciones
- 10% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.


Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.



Metadatos Complementarios

VENTA AL MENUDEO Y GANANCIAS DE LOS COMERCIANTES DE LA ASOCIACIÓN DOMINICAL CARNES ROJAS, AZÁNGARO – 2024	
Datos de autor	
Nombres y apellidos	YULIZA MAMANI ZAPANA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	72368243
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0002-2545-1329
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	YUDY HUACANI SUCASACA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	40673820
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0008-3275-5586
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	BERTHA BEJAR PARRA
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02387777
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	HILARIO CONDORI MAMANI
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02385723
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	CARLOS ADOLFO LUJAN URVIOLA
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	01213364



Datos de investigación	
Línea de investigación	ECONOMÍA SECTORIAL – P15
Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento
Ubicación geográfica de la investigación	<p>País: Perú Departamento: Puno Provincia: Azángaro Distrito: Azángaro Coordenadas: Latitud: -14.9114 Longitud: -70.19562 URL Maps https://www.google.com/maps/d/u/0/edit?mid=1onxPVWC1kdXNiEDVZ-yilXaw5mpQWu4&usp=sharing</p> 
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Noviembre 2024 – Setiembre 2025
URL de disciplinas OCDE https://concytec-pe.github.io/Peru-CRIS/vocabularios/ocde_ford.html - Librería	<p>Ciencias sociales https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.00.00</p> <p>Economía, Negocios https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.00</p>

UNIVERSIDAD ANDINA
 "NESTOR CACHES VELASQUEZ"

 Dra. Yudy Huacani Sucasaca
 DIRECTORA DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN FCCF



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo YULIZA MAMANI ZAPANA, identificado con DNI
Nro. 72368243, en mi condición de egresado de:

- Escuela Profesional**
 Programa de Segunda Especialidad,
 Programa de Maestría o Doctorado

CONTABILIDAD

informo que he elaborado el/la **Tesis** o **Trabajo de Investigación,** **Trabajo Académico**
denominada:

VENTA AL MENUDEO Y GANANCIAS DE LOS COMERCIANTES DE LA
ASOCIACIÓN DOMINICAL CARNES ROJAS, AZÁNGARO – 2024

Asesorado por: Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.


Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca 29 de OCTUBRE del 2025



Firma del Asesor
(obligatoria)



Firma del Estudiante
(obligatoria)



Huella



DEDICATORIA

Dedico mi tesis principalmente a Dios, por
dame fuerzas necesarias para culminar esta
meta

A mis padres VÍCTOR MAMANI HANCCO y
SUSANA ZAPANA CHOQUEHUANCA en el
transcurso de la vida supieron inculcarme
valores, todo su amor y motivación, apoyo
incondicional en todo momento para seguir
hacia adelante

También a mis hermanos, por brindarme su
apoyo moral y motivación

Y a mi pareja Royer por confiar en mis gracias
por ser parte de mi vida y por permitirme ser
parte de su orgullo.



AGRADECIMIENTO

Agradezco a los docentes de la Facultad de Ciencias Contables y financieras, Escuela Profesional Contabilidad por la formación académica recibida

Gracias a mi asesor de tesis por dirigir mi tesis y sobre todo por transmitirme sus conocimientos tanto para la tesis como para la vida misma

Gracias a mis queridos padres VICTOR MAMANI HANCCO y SUSANA ZAPANA CHOQUEHUANCA por su apoyo incondicional y comprensión en las diferentes etapas de mi vida, a mis hermanos por todo su apoyo y por todos los momentos vividos.

Gracias a mi pareja ROYER por su apoyo y comprensión desde que llego a mi vida

Gracias a Dios por guiarnos a lo largo de nuestra existencia, ser apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad.



ÍNDICE

DEDICATORIA..... i

AGRADECIMIENTOSii

ÍNDICEiii

ÍNDICE DE TABLASvi

ÍNDICE DE FIGURASviii

ÍNDICE DE ANEXOS x

RESUMEN.....xi

ABSTRACTxii

INTRODUCCIÓNxiii

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1 Descripción del problema..... 1

1.2 Formulación del problema 2

 1.2.1 Problema general..... 2

 1.2.2 Problemas específicos 2

1.3 Justificación 2

 1.3.1 Justificación teórica..... 2

 1.3.2 Justificación práctica 3

 1.3.3 Justificación metodológica 3



1.4 Objetivos de la investigación 3

 1.4.1 Objetivo general 3

 1.4.2 Objetivos específicos 3

1.5 Hipótesis 4

 1.5.1 Hipótesis general 4

 1.5.2 Hipótesis específicas 4

1.6 Variables 4

CAPÍTULO II

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

2.1 Antecedentes 6

2.2 Bases teóricas 8

2.3 Definición de términos 11

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Métodos de investigación 12

3.2 Diseño de la investigación 12

3.3 Población y muestra 14

3.4 Técnicas e instrumentos 15

3.5 Validez y confiabilidad 15

3.6 Procesamiento y análisis de datos 16

3.7 Correlación 16

3.8 Prueba de hipótesis 17



CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Análisis de datos..... 18

4.2 Prueba de hipótesis..... 41

4.3 Diseminación de los hallazgos 45

CONCLUSIONES..... 46

RECOMENDACIONES 47

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... 49

ANEXOS..... 53



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variable	5
Tabla 2. Estimación de Alfa	15
Tabla 3. Fuerza de la correlación.....	17
Tabla 4. Género	18
Tabla 5. Edad	19
Tabla 6. Grado de instrucción	20
Tabla 7. Años de experiencia.....	21
Tabla 8. Ingresos mensuales	22
Tabla 9. ¿Desde su experiencia tiene mayor demanda la carne de ternera?24	
Tabla 10. ¿Desde su experiencia tiene mayor demanda la carne de cordero?25	
Tabla 11. ¿Desde su experiencia tiene mayor demanda la carne de alpaca?26	
Tabla 12. ¿Desde su experiencia tiene mayor demanda la carne de cerdo?27	
Tabla 13. ¿Los clientes tienen preferencias por carnes rojas?	28
Tabla 14. ¿Ha tenido dificultades con el precio de venta de las carnes rojas?29	
Tabla 15. ¿Realiza rebaja de precio a sus clientes preferenciales por la venta de carne roja?.....	30
Tabla 16. ¿Influye en el precio de venta de carne roja la estacionalidad de primavera, verano, otoño e invierno?	31
Tabla 17. ¿Se promociona solo por sus clientes por recomendación?.....	33
Tabla 18. ¿Utiliza las redes sociales para promocionar su negocio?	34
Tabla 19. ¿Invierte dinero en publicidad pagada por medios de comunicación local u otro?	35
Tabla 20. ¿Su puesto de venta es accesible para sus clientes?.....	36
Tabla 21. ¿Ha tenido dificultad en el pago de alquiler del puesto de venta? 37	



Tabla 22. ¿Está satisfecho con los ingresos generados por venta de carnes rojas?	38
Tabla 23. ¿Le permite ahorrar su negocio?	39
Tabla 24. ¿Reinvierte sus ganancias en la compra de equipos, máquinas y otros?	40
Tabla 25. Estadística correlacional de la venta al menudeo de carnes rojas por surtido de productos con las ganancias de los comerciantes	41
Tabla 26. Estadística correlacional del precio de venta de carnes rojas con las ganancias de los comerciantes	42
Tabla 27. Estadística correlacional de la promoción de carnes rojas con las ganancias de los comerciantes	43
Tabla 28. Estadística correlacional de la distribución de carnes rojas con las ganancias de los comerciantes	44



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Fases del estudio 16

Figura 2. Género 19

Figura 3. Edad 20

Figura 4. Grado de instrucción 21

Figura 5. Años de experiencia 22

Figura 6. Ingresos mensuales 23

Figura 7. ¿Desde su experiencia tiene mayor demanda la carne de ternera? 25

Figura 8. ¿Desde su experiencia tiene mayor demanda la carne de cordero? 26

Figura 9. ¿Desde su experiencia tiene mayor demanda la carne de alpaca? 27

Figura 10. ¿Desde su experiencia tiene mayor demanda la carne de cerdo? 28

Figura 11. ¿Los clientes tienen preferencias por carnes rojas? 29

Figura 12. ¿Ha tenido dificultades con el precio de venta de las carnes rojas?
..... 30

Figura 13. ¿Realiza rebaja de precio a sus clientes preferenciales por la venta
de carne roja? 31

Figura 14. ¿Influye en el precio de venta de carne roja la estacionalidad de
primavera, verano, otoño e invierno? 32

Figura 15. ¿Se promociona solo por sus clientes por recomendación? 33

Figura 16. ¿Utiliza las redes sociales para promocionar su negocio? 34

Figura 17. ¿Invierte dinero en publicidad pagada por medios de comunicación
local u otro? 35

Figura 18. ¿Su puesto de venta es accesible para sus clientes? 36

Figura 19. ¿Ha tenido dificultad en el pago de alquiler del puesto de venta? 37



Figura 20. ¿Está satisfecho con los ingresos generados por venta de carnes rojas?	38
Figura 21. ¿Le permite ahorrar su negocio?.....	39
Figura 22. ¿Reinvierte sus ganancias en la compra de equipos, máquinas y otros?	40



ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia	54
Anexo 2. Encuesta	55
Anexo 3. Tabulación de dato	57
Anexo 4. Panel de foto	59
Anexo 5. Validación de instrumento.....	61



RESUMEN

La finalidad de la tesis fue identificar de qué manera se relaciona la venta al menudeo con las ganancias de los comerciantes de la Asociación Dominical Carnes Rojas, Azángaro – 2024. El diseño que marca la metodología es la utilización del método estadístico con una muestra de 15 comerciantes de la Asociación Dominical Carnes Rojas ubicados estratégicamente en el cercado de la ciudad de Azángaro, resultado un Alpha con un consistente valor de 0.86. Los resultados evidencian con un coeficiente Kendall 0.745 que la venta al menudeo de carnes rojas por surtido de productos tiene relación significativa con las ganancias de los comerciantes. Kendall obtuvo un coeficiente 0.814 demostrándose que el precio de venta de carnes rojas tiene relación significativa con las ganancias de los comerciantes. La estimación del coeficiente Kendall resultó 0.903 con el que verifica que la promoción de carnes rojas tiene relación significativa con las ganancias de los comerciantes. La distribución de carnes rojas tiene relación significativa con las ganancias de los comerciantes, evidenciada con Kendall 0.851 significativo al 0.01. Se concluye que, la venta al menudeo demanda cambios a nivel interno como tecnológicos para la toma de decisiones estratégicas y través de ellos incrementar las ganancias.

Palabras clave: Carnes rojas, venta al menudeo, ganancias.



ABSTRACT

The purpose of the thesis was to identify how retail sales are related to the profits of the traders of the Asociación Dominical Carnes Rojas, Azángaro - 2024. The design that marks the methodology is the use of the statistical method with a sample of 15 merchants of the Dominical Association Carnes Rojas strategically located in the fence of Azángaro city, resulting in an Alpha with a consistent value of 0.86. The results show with a Kendall coefficient 0.745 that the retail sale of red meat by product assortment has a significant relationship with the merchants' profits. Kendall obtained a coefficient of 0.814 showing that the selling price of red meat has a significant relationship with merchants' profits. The Kendall coefficient estimate was 0.903, which verifies that the promotion of red meat has a significant relationship with merchants' profits. The distribution of red meat has a significant relationship with merchants' profits, evidenced by Kendall 0.851 significant at 0.01. It is concluded that, selling to the world demands changes at the internal level as technological changes for strategic decision making and through them to increase profits.

Key words: Red meat, retailing, profits.



INTRODUCCIÓN

La venta al menudeo desempeña un papel esencial en la hora de tomar decisiones de compra en los clientes (Badrinarayanan y Laverie, 2013). Sin embargo, hoy en día la venta al menudeo tiene como un elemento dominante “la rebaja” que lo utilizan frecuentemente para la supervivencia lo que amenaza los márgenes de ganancia (Merrilees y Fam, 1999).

Las ventas tienen una concepción de arte donde los resultados importan, es decir, los consejos en la totalidad de casos direccionan su atención en cerrar ventas. Sin embargo, cerrar ventas significa asignar tiempo, esfuerzo con dinero (Harvard Business Review, 2025).

Actualmente, la venta al menudeo en la Asociación Dominical Carnes Rojas es informal, opera fuera de mercados autorizados sin las condiciones sanitarias. No se prevé la refrigeración adecuada, ni manipulación en condiciones de higiene. La venta de carnes rojas no presenta garantía de inspección sanitaria. En vista que existe informalidad en el mercado de carnes rojas en Azángaro, se vende a menor precio existiendo competencia, los vendedores no pagan impuestos, incumplen con las normas sanitarias, contribuyendo a una economía informal que no aporta impuestos.

Las personas que laboran informalmente en la venta de carnes rojas no cuentan con contratos, seguros, etc., no tienen derechos laborales. Como tal, la venta al menudeo de carnes rojas por la Asociación Dominical ha despertado interés para su análisis respecto a las ganancias.



CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1 Descripción del problema

Surgen preocupaciones en la venta de carnes rojas que afectan a los ingresos por situaciones de preservación de salud pública, informalidad, y calidad en el control sanitario (Alzate, 2019). La calidad de carne roja es cuestionada, es evaluada por el color de la carne y sitio de compra, aspectos que se desconocen por los consumidores por ausencia de culturización y educación en carnes rojas (Barragán et al., 2018).

Los comerciantes de la Asociación Dominical Carnes Rojas tienen limitaciones en contar con un establecimiento propio o alquilado para la venta de carnes rojas expendiéndose a la intemperie los productos cárnicos exponiéndose al sol y polvo destacando la venta al menudeo o al por menor, diariamente. La ausencia de control en la calificación y certificación sanitaria es una deficiencia que presenta la Asociación Dominical de Carnes Rojas de Azángaro al no ofrecer productos de calidad. Sin embargo, pese a estas condiciones la venta al menudeo es un medio de vida que genera ingresos a las familias.



La informalidad de este mercado de carnes rojas en Azángaro crea problemas a nivel de la Asociación Dominical al no ofrecer productos que garanticen calidad. Es aquí donde los precios de las carnes rojas no garantizan necesariamente calidad, pese a que los productos se expenden en sus diferentes variedades de carne y puestos desde carne roja de procedencia ovina, vacuna, alpaca y cerdo, principalmente por ser zona ganadera.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿De qué manera se relaciona la venta al menudeo con las ganancias de los comerciantes de la Asociación Dominical Carnes Rojas, Azángaro – 2024?

1.2.2 Problemas específicos

- a) ¿Tiene relación la venta al menudeo de carnes rojas por surtido de productos con las ganancias de los comerciantes?
- b) ¿Es relevante la relación entre el precio de venta de carnes rojas con las ganancias de los comerciantes?
- c) ¿Está relacionada la promoción de carnes de rojas con las ganancias de los comerciantes?
- d) ¿Es significativa la relación de la distribución de carnes rojas con las ganancias de los comerciantes?

1.3 Justificación

1.3.1 Justificación teórica

Investigar la venta al menudeo ha resultado crucial para el análisis de la relación respecto a las ganancias en comerciantes de carnes rojas en



Azángaro. Ello debido al aporte de la significancia estadística que se encontró entre la venta al menudeo de carnes rojas por surtido, precio de venta, promoción y distribución, factores que determinan las ganancias que obtiene los comerciantes.

1.3.2 Justificación práctica

Entre las carnes de mayor demanda se encuentra la carne de alpaca, ovino y en última instancia la carne vacuna. En su mayoría los comerciantes minoristas de la Asociación Dominical Carnes Rojas expenden sus productos al por menor. La visita de campo en el lugar de encuesta fue determinante para la comprensión de los hechos.

1.3.3 Justificación metodológica

La selección de la herramienta estadística permitió probar la conjetura de la relación entre la venta al menudeo con las ganancias representadas en tablas, figuras y test de Kendall.

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo general

Identificar de qué manera se relaciona la venta al menudeo con las ganancias de los comerciantes de la Asociación Dominical Carnes Rojas, Azángaro – 2024.

1.4.2 Objetivos específicos

- a) Estimar si tiene relación la venta al menudeo de carnes rojas por surtido de productos con las ganancias de los comerciantes.



- b) Evaluar si es relevante la relación entre el precio de venta de carnes rojas con las ganancias de los comerciantes.
- c) Reconocer si está relacionada la promoción de carnes de rojas con las ganancias de los comerciantes.
- d) Determinar si es significativa la relación de la distribución de carnes rojas con las ganancias de los comerciantes.

1.5 Hipótesis

1.5.1 Hipótesis general

La venta al menudeo se relaciona significativamente con las ganancias de los comerciantes de la Asociación Dominical Carnes Rojas, Azángaro – 2024.

1.5.2 Hipótesis específicas

- a) La venta al menudeo de carnes rojas por surtido de productos tiene relación significativa con las ganancias de los comerciantes.
- b) El precio de venta de carnes rojas tiene relación significativa con las ganancias de los comerciantes.
- c) La promoción de carnes de rojas tiene relación significativa con las ganancias de los comerciantes.
- d) La distribución de carnes rojas tiene relación significativa con las ganancias de los comerciantes.

1.6 Variables

1.6.1 Variable 1

- ✓ Venta al menudeo

1.6.2 Variable 2

- ✓ Ganancias

1.6.3 Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de variable

Variables	Concepto	Dimensiones	Indicadores	Escala
V. 1 <i>Venta al menudeo</i>	Corresponde a la venta al por menor o conocida en inglés como "retail". La venta es directamente al comprador final (Kotler y Armstrong, 2012).	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Venta al menudeo por surtido de carnes rojas ➤ Precio de venta de carnes rojas ➤ Promoción de carnes rojas ➤ Distribución de carnes rojas 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Experiencia de menor demanda ➤ Experiencia de mayor demanda ➤ Surtido de carnes rojas ➤ Preferencias de clientes ➤ Dificultades con el precio ➤ Rebaja de precio ➤ Estacionalidad de precios ➤ Promoción por recomendación ➤ Utilización de redes sociales ➤ Inversión en publicidad ➤ Accesibilidad al puesto de venta ➤ Pago de alquiler 	1= Para nada 2= Muy poco 3= Algo 4= En gran parte
V. 2 Ganancias	Son beneficios resultado de los ingresos menos los gastos que genera una persona o bien una empresa (Guajardo y Andrade, 2014).	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Generación de ganancias 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Satisfacción en la venta ➤ Ahorro en el negocio ➤ Reinversión de las ganancias 	1= Para nada 2= Muy poco 3= Algo 4= En gran parte

Nota: Aporte de la autora.



CAPÍTULO II

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

2.1 Antecedentes

2.1.1 *Internacional*

Badrinarayanan y Laverie (2013) enfatizan que la venta al menudeo es importante en la toma de decisiones pues utilizan estrategias para inducir en las marcas. Es muy frecuente ver a las grandes empresas inducir a los vendedores minoristas en construir relaciones para la defensa de la marca.

Romina et al. (2024) sostienen que la carne de guanaco tiene alto impacto como Nota de nutrientes apto para consumo humano. Actualmente, se viene promoviendo el consumo en mercados locales y extranjeros. La carne propiamente presenta niveles de fósforo elevados respecto al cordero y vaca. Presenta alto contenido de hierro, bajo contenido de sodio y vitamina A. El guanaco se encuentra en Perú, Bolivia, Argentina y Chile.

Martínez et al. (2020) explica que los países desarrollados se vienen dando énfasis en el cambio de la alimentación y consumo de energía, reflejado



en un incremento de carne a nivel mundial, triplicando en 50 años, superando los 100 kilos por persona en países desde Estados Unidos, Argentina, Nueva Zelanda, Australia y otros. En el caso específico de Chile la carne que más se consume es la carne de ave.

Barragán et al. (2018) explica que existe creciente interés en ampliar conocimientos sobre las propiedades nutricionales de las carnes rojas, ya que la grasa saturada es un factor de riesgo que conduce a enfermedades cardiovasculares. Todo ello según la percepción del consumidor se describe como un fenómeno completo de comprender. Concluyen que la calidad de la carne se encuentra en el color y sitio de compra.

2.1.2 Nacional

Según la Cámara de Comercio de Lima (2025) el sector minorista en el Perú al 2025 tendrá ventas que crecerá el 4% en un entorno competitivo. Este impulso se deberá a las seis nuevas inversiones de centros comerciales en Lima, marcado por consumidores cada más exigentes.

Cabeza (2025) en su manifiesta que es importante la diversificación de variedad de carnes rojas como costillas, chuletas, filetes parrilleros, filetes de pierna y anticuchos dentro de la categoría de parillas. Sin embargo, el protagonista en las ventas sigue siendo el pollo, representando el 60% del total. Concluye que, la nueva propuesta debe enfocarse a los cortes de carne que viene buscando gran relevancia en la oferta de restaurantes a nivel nacional.

Según la Agencia EFE (2024) analizan dentro de los alimentos básicos de los mexicanos la ingesta de carnes rojas prevalece en la zona norte. El consumo



de carne esta determinado por factores socioeconómicos, demográficos y geográficos. Concluye que, la ingesta de carnes rojas daña la salud.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Venta al menudeo

Es toda actividad en la que ejercen la venta de bienes como servicios de modo directo con los clientes con fines de uso personal mas no de tipo comercial (Kotler y Armstrong, 2012, p. 402). Su segmentación de mercado meta es por medio del surtido de productos y servicios, precios de minorista, promoción y distribución.

2.2.2.1 Surtido de productos y servicios

Comprende el surtido de productos y servicios del minorista que diferencia al vendedor, se ajusta a las expectativas de los clientes (Kotler y Armstrong, 2012).

2.2.2.2 Precios del minorista

Es el ajuste de precio de mercado meta que cobra el minorista (Kotler y Armstrong, 2012, p. 415). Gran parte de los minoristas buscan precios bajos.

2.2.1.3 Promoción

Es la venta que desarrolla los vendedores al menudeo utilizando herramientas de publicidad como ventas personales o marketing directo (Kotler y Armstrong, 2012).

2.2.1.4 Distribución



Es la ubicación que posiciona a los minoristas que seleccionan lugares accesibles para ofrecer los productos en el mercado meta (Kotler y Armstrong, 2012, p. 416).

2.2.1 Beneficios

Es la obtención de dinero a partir de la participación en actividades económicas depende de las habilidades, capital y entorno económico (Horngren et al., 2010; Guajardo y Andrade, 2014). Entre otras definiciones se presenta como el excedente de ingreso sobre el gasto en un periodo contable. Es el resultado luego de deducir costos y gastos. Desde la presentación esquematizada en ecuación:

$$\text{Ganancia} = \text{Ingreso total} - \text{Gasto total}$$

El saldo resultante puede optar dos escenarios:

- a. Ganancia con saldo positivo, si el ingreso supera a los costos (Horngren et al., 2010).
- b. Pérdida, siempre y cuando los costos superen al ingreso (Horngren et al., 2010).

Existe ganancia bruta, operativa y neta. Es ganancia bruta cuando la resta los costos de bienes vendidos. Es ganancia operativa cuando se descuenta gastos como el alquiler, salarios, etc. Es ganancia neta cuando se opera en un contexto de descuento de los impuestos e intereses (Guajardo y Andrade, 2014).

2.2.2 Carnes rojas

Es el producto que procede de mamíferos cuyo color es rojizo o rosado antes de la cocción (OMS, 2015; Ministerio de Salud, 2015). Existen varios tipos



de carnes rojas como la carne de res, cerdo, cordero, alpaca, cabra y carnes de caza.

- a. Carne de res, proviene del bovino de ella deriva muchas formas de cortes como bistec, lomo, costillas, etc.
- b. Carne de cerdo, es la que proviene del porcino deriva cortes como chuletas, tocino, lomo, jamón, etc.
- c. Carne de cordero, es la que deriva de la oveja de ella se extraen cortes como chuletas, etc.
- d. Carne de alpaca, derivan de ella cortes diversos dependiendo el pedido de los clientes.
- e. Carne de Cabra, por las condiciones de crianza se encuentra en diversas culturas dependiendo la zona.
- f. Carne de cuy, conocida por su contenido de ácidos grasos omega 3, favorables para el desarrollo del cerebro y prevención de enfermedades cardiovasculares (Guevara et al., 2016).
- g. Carne de caza, es la que proviene del venado, jabalí, etc. por las condiciones geográficas se consume dependiendo la zona.

Los puestos de venta de carnes deben guardar ciertas características para ofrecer un servicio de calidad: Los puestos de venta deben contar con lavaderos recubiertos con material liso, se requiere de refrigeración o congelación, debe contarse con cámaras de refrigeración, los equipos como sierra, balanza, moladora, etc. y utensilios serán de material inoxidable, debe conservarse bajo limpieza, las tablas de corte deben estar limpias y el empaque debe ser en bolsas (DIGESA, 2006).



2.3 Definición de términos

a. Venta al menudeo

Son transacciones que se desarrolla a la venta de un producto, cuya característica es la venta directa al consumidor final (Kotler y Armstrong, 2012).

b. Ganancias

San las utilidades producto de un resultado financiero que resulta de la diferencia de los ingresos y lo que después de descontar gastos (Guajardo y Andrade, 2014).

c. Carnes rojas

Son productos cárnicos que proviene de los mamíferos y poseen color rojizo (Ministerio de Salud, 2015).



CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Métodos de investigación

3.2.1 *Método estadístico*

Comprende el uso de técnicas de análisis e interpretación de información útil para la toma de decisión (Mediana et al., 2023; Behar, 2008). Se utiliza por técnica la prueba Kendall para analizar la relación entre el menudeo y las ganancias de comerciantes.

3.1.2 *Método analítico*

Promueve el pensamiento crítico construye un argumento sólido (Mediana et al., 2023; Behar, 2008). En este caso permite una fácil comprensión de razonamiento para explicar sobre la venta al menudeo en un mercado escasamente estudiado en la ciudad de Azángaro.

3.2 Diseño de la investigación

3.2.1 *Enfoque cuantitativo*

Verifica los hallazgos permitiendo hacer predicciones basadas en una evidencia sólida (Mediana et al., 2023; Behar, 2008). El análisis de los resultados facilita optar por sugerencias sólidas sobre el ámbito de estudio y la comprensión



sobre el rendimiento del negocio desde las ventas al menudeo en Azángaro en el mercado de carnes rojas.

3.2.2 *Diseño no experimental*

Tiene la ventaja de estudiar fenómenos donde los hallazgos son generalizables identificando patrones imposibles de manipular variables (Mediana et al., 2023; Behar, 2008). El análisis de las ventas al menudeo permite comprender las características de las ventas al menudeo sin cambiar los patrones identificados en las variables ya que por ética este diseño explica la realidad en condiciones no contraladas.

3.2.3 *Alcance correlacional*

Establece una medición enfocando la relación de elementos de estudio (Mediana et al., 2023; Behar, 2008). Al estimar los resultados se permite explicar los patrones de correlación de las ventas al menudeo con las ganancias que se obtienen en el mercado de carnes rojas, útil para la toma de decisiones estratégicas de los comerciantes.

3.2.4 *Corte transversal*

Conocido como diseño cross-sectional, es el tipo de recolección de unidades en un punto temporal (Mediana et al., 2023; Behar, 2008). En este caso la unidad de estudio se recolectó en un solo punto temporal de apreciaciones de los mismos comerciantes que expenden carnes rojas por venta al menudeo.

3.2.5 *Investigación aplicada*

Aporta en una solución inmediata al problema, posee relevancia práctica (Mediana et al., 2023; Behar, 2008). Dado que el estudio no existe en realidades



locales las ventas por menudeo enfoca el problema en el entorno de comerciantes, algunos de ellos ambulantes otros con puestos comerciales que generan ganancias diarias, relación que se evidencia a través de herramientas de este tipo de investigación.

3.3 Población y muestra

3.3.1 Población

Es la totalidad de individuos que cumplen criterios establecidos o atributos relevantes (Mediana et al., 2023; Behar, 2008). En este caso la población identificada son 15 comerciantes dedicados a la venta de carnes rojas de la Asociación Dominical carne rojas en la ciudad de Azángaro. Principalmente, se comercializa carne de alpaca, ovino y vacuno. La ubicación de los comerciantes se encuentra a cuerdas del cercado, Plaza de Armas y mercado principal de la ciudad (Asociación Dominical Carnes Rojas, 2025).

3.3.2 Muestra

Es el acceso a datos cuyos desafíos logísticos tiene limitaciones de recursos por que se recurre al diseño del instrumento en tiempos razonables (Mediana et al., 2023; Behar, 2008). Por las características de la elección de muestra y coordinación con la Asociación Dominical Carnes Rojas se ha identificado un total de 15 comerciantes empadronados, que representan la población y muestra a su vez a los que se ha intervenido con el instrumento diseñado.



3.4 Técnicas e instrumentos

3.4.1 Encuesta

Es la estandarización de información producto de la organización estructurada de opiniones de personas (Mediana et al., 2023; Behar, 2008). Las opiniones recolectadas en la encuesta tuvieron acceso directo de los comerciantes de la Asociación Dominical Carnes Rojas llevado en el mismo puesto de venta en Azángaro.

3.4.2 Cuestionario

Es la determinación de preguntas en función a operacionalización de cada variable (Mediana et al., 2023; Behar, 2008). Es la manera de identificar el tipo de preguntas según a información y tema elegido, es este caso se trata de relacionar preguntas de venta al menudeo con las ganancias en el grupo de comerciantes.

3.5 Validez y confiabilidad

La constancia interna es evaluada con el Alpha de Cronbach que responde a manera coherente de la homogeneidad de preguntas (Mediana et al., 2023; Behar, 2008). La escala resultante obtuvo un valor de 0.86 muestra que las correlaciona son altas y consistentes con el constructo (tabla 2).

Tabla 2

Estimación de Alfa

Fiabilidad		
Alfa	Cálculo	N° de preguntas
	0.86	16

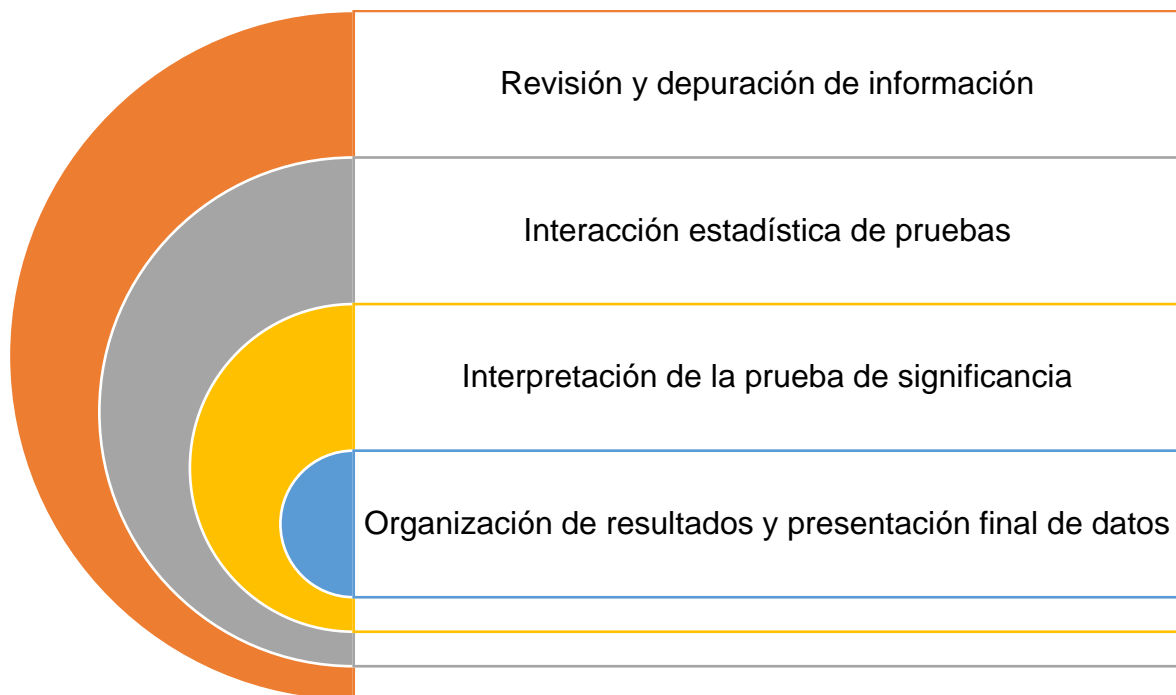
Nota: El coeficiente alfa > .83 es muy bueno.

3.6 Procesamiento y análisis de datos

Se hizo la visita de campo a la ciudad de Azángaro para recolectar directamente la información que se ha depurado y revisado en software SPSS para las interacciones de pruebas los que tuvieron que pasar la prueba de significancia para su organización e interpretación (figura 1).

Figura 1

Fases del estudio



Nota: Versión propia.

3.7 Correlación

Dada la forma de preguntas descritas en la tesis corresponde ejecutar el alcance correlacional que denota la relación de elemento, los que se clasifican en fuerte, moderada y débil (tabla 3):



Tabla 3

Fuerza de la correlación

Patrones de asociación	Posible
Fuerte	Mayor a 0.5
Moderada	Alrededor de 0.5
Débil	Cercano a 0

Nota: Walpole et al. (2012).

3.8 Prueba de hipótesis

La prueba elegida es Tau b de Kendall, cuya estructura evalúa la correlación significativa de elementos (Myles et al., 2015). La relación de significancia del evento presenta dos escenarios:

- a) Si Tau – B de Kendall = 0; opta por la desaprobación de la conjetura.
- b) Si Tau B de Kendall \neq 0; opta por la aceptación de la conjetura verdadera.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Análisis de datos

Los comerciantes de la Asociación Dominical Carnes Rojas de Azángaro están representados por el 73% por el género femenino y el 27% por el género masculino (tabla 4).

Tabla 4

Género

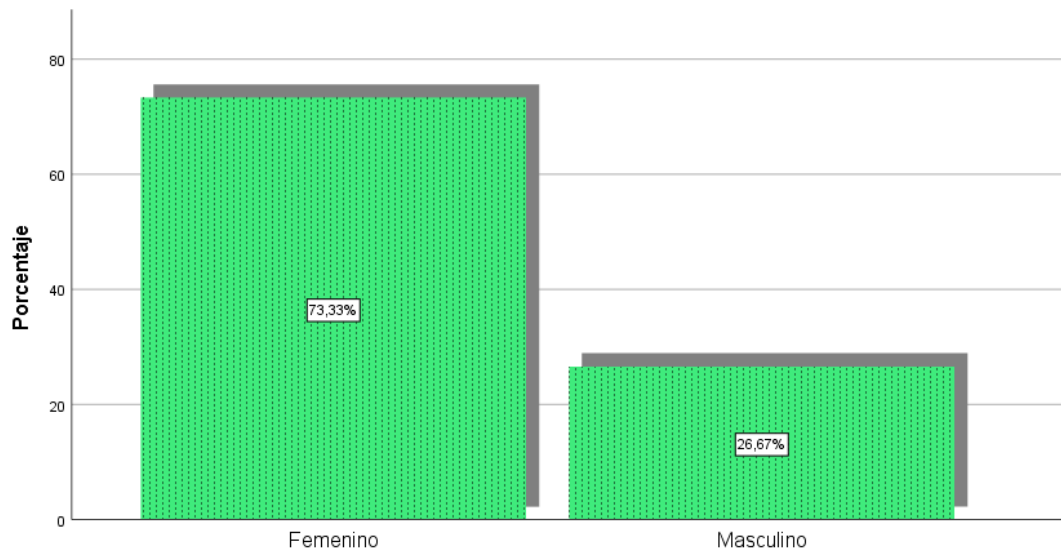
	fo	%	% Acum.
Femenino	11	73,3	73,3
Masculino	4	26,7	100,0
Total	15	100,0	

Nota: Aporte de la autora.

La labor de venta en el negocio de carnes rojas es eminentemente femenina desde antaño, representado un rol de generación de ganancias para el hogar (figura 2). La mayoría de puestos de venta de carnes rojas se desarrolla de manera ambulatória, son escasos los comerciantes que cuentan con local alquilado o expenden dentro del mismo mercado de abastos, entorpeciendo la calidad y control sanitario.

Figura 2

Género



Nota: Aporte de la autora.

El 27% de los encuestados tiene la edad de 51 a más años; 27% tienen las edades de 36 a 50 años y el 46% entre 20 a 35 años (tabla 5).

Tabla 5

Edad

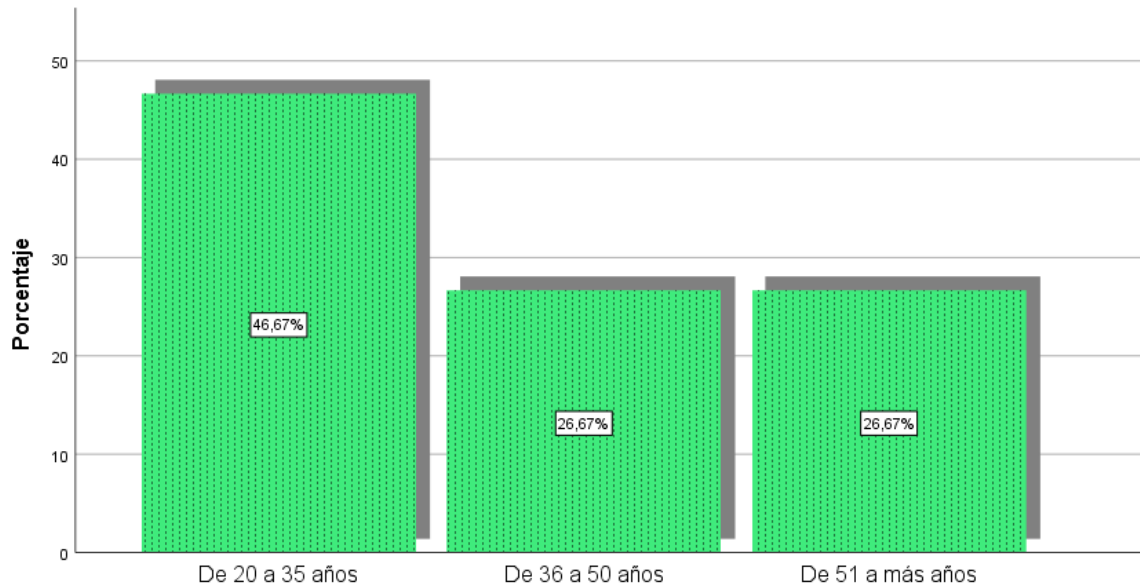
	fo	%	% Acum.
De 20 a 35 años	7	46,7	46,7
De 36 a 50 años	4	26,7	73,3
De 51 a más años	4	26,7	100,0
Total	15	100,0	

Nota: Aporte de la autora.

Esta dado que, un buen numero de comerciantes son jóvenes y tienen como Nota de empleo la venta de carnes rojas (figura 3).

Figura 3.

Edad



Nota: Aporte de la autora.

El 47% de comerciantes tiene estudios secundarios; 33% primario y el 20% estudios superiores (tabla 6). La población joven tiene por Nota de empleo la venta de carnes rojas, por las características demográficas generalmente la venta proviene de emprendimientos familiares.

Tabla 6

Grado de instrucción

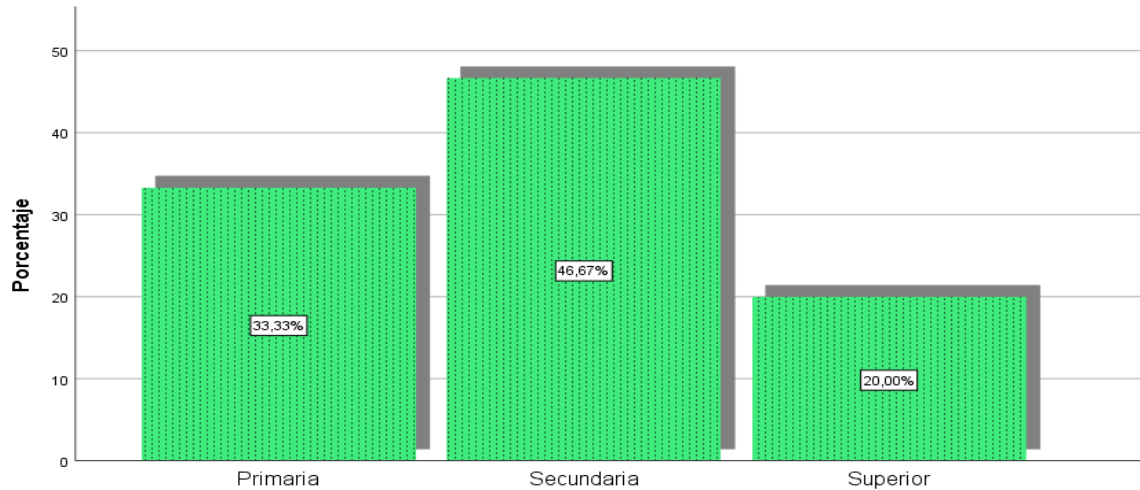
	fo	%	% Acum.
Primaria	5	33,3	33,3
Secundaria	7	46,7	80,0
Superior	3	20,0	100,0
Total	15	100,0	

Nota: Aporte de la autora.

Una gran mayoría de los comerciantes han logrado culminar sus estudios secundarios, siendo el segmento que lidera la venta de carnes rojas (figura 4).

Figura 4

Grado de instrucción



Nota: Aporte de la autora.

En cuestiones de experiencia en el negocio de venta de carnes rojas el 60% de comerciantes tiene entre 6 a 10 años; 27% entre 1 a 7 años y el 13% entre 11 a 20 años (tabla 7). Pese a la experiencia de los comerciantes como se trata de la venta de carnes rojas aun se carece de capacitación para ofrecer servicio de calidad bajo la norma de DIGESA.

Tabla 7

Años de experiencia

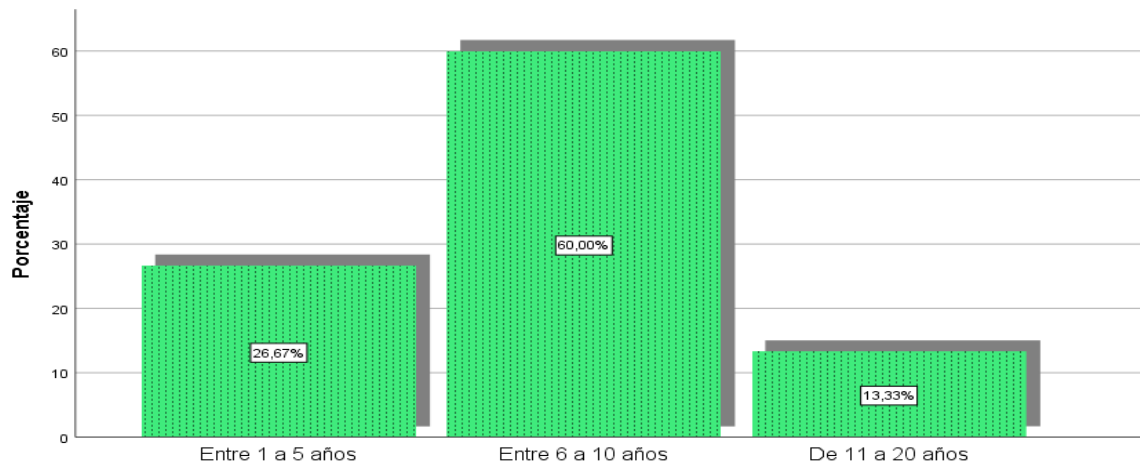
	Fo	%	% Acum.
Entre 1 a 5 años	4	26,7	26,7
Entre 6 a 10 años	9	60,0	86,7
De 11 a 20 años	2	13,3	100,0
Total	15	100,0	

Nota: Aporte de la autora.

Azángaro, tiene potencial ganadero lo que permite desarrollar la venta de carnes rojas al menudeo (figura 5). La demanda de carnes rojas tienen gran aceptación en el consumo diario del habitante del lugar lo que crea ganancias significativas aquellos que viene incursionando en este sector.

Figura 5

Años de experiencia



Nota: Aporte de la autora.

Sobre los ingresos que se obtiene del negocio de venta de carnes rojas el 87% percibe entre S/ 500 a S/ 1,000; el 13% percibe ingresos entre S/ 1,000 a S/ 3,000 (tabla 8).

Tabla 8

Ingresos mensuales

	fo	%	% Acum.
Entre S/ 500 a S/ 1,000	13	86,7	86,7
Entre S/ 1,000 a S/ 3,000	2	13,3	100,0
Total	15	100,0	

Nota: Aporte de la autora.

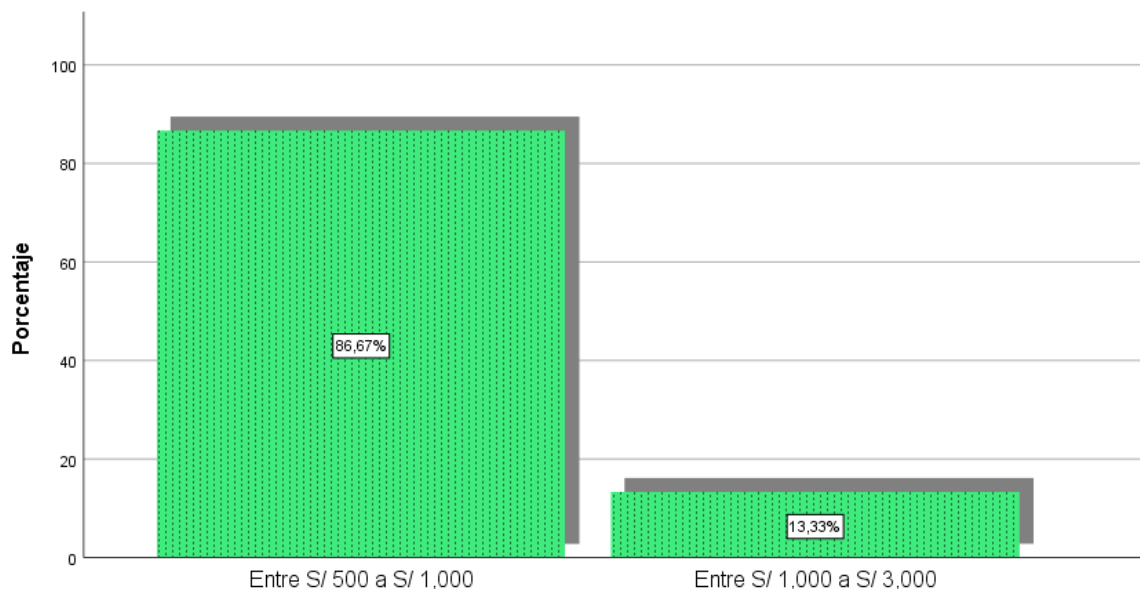
Los ingresos permiten al segmento de comerciantes garantizar la sostenibilidad familiar por las condiciones de venta al que están expuestas de manera ambulatoria (figura 6).

Al no existir los controles de DIGESA ni de la autoridad municipal de Azángaro no se garantiza la calidad ni control sanitario. Esta realidad demanda ser tomada como prioridad del gobierno local para garantizar la calidad de consumo.

La Asociación Dominical es quien debe tomar las acciones para desarrollar espacios de venta al menudeo con adecuada infraestructura y equipamiento que garanticen calidad del servicio.

Figura 6

Ingresos mensuales



Nota: Aporte de la autora.

4.1.1 Venta al menudeo

4.1.1.1 Dimensión 1: Venta al menudeo de carnes rojas por surtido de productos

Sobre la demanda de carne de ternera los resultados inclinan una demanda en gran parte solo del 13%; 27% algo; 27% muy poco y para nada 33% (tabla 9). La demanda de carne vacuna tiene menor aceptación respecto a la carne ovina y de alpaca.

Tabla 9

¿Desde su experiencia tiene mayor demanda la carne de ternera?

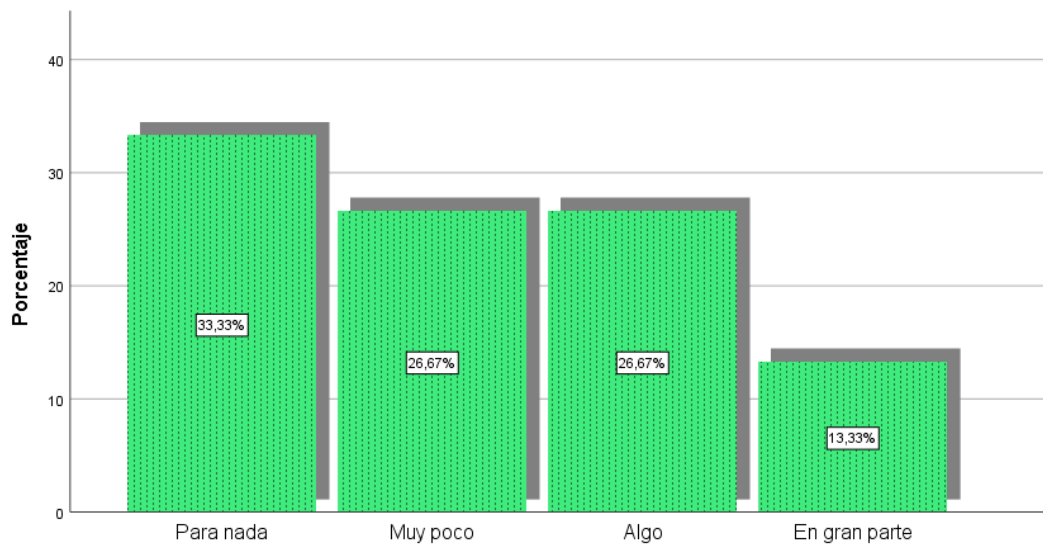
	fo	%	% Acum.
Para nada	5	33,3	33,3
Muy poco	4	26,7	60,0
Algo	4	26,7	86,7
En gran parte	2	13,3	100,0
Total	15	100,0	

Nota: Iniciativa de estimación propia.

Se demanda de menor aceptación es la carne de ternera debido a las preferencias por carne ovina y de alpaca (figura 7). Sin embargo, tiene alta demanda en fiestas del lugar u ocasiones de fiesta patronal donde se consume en mayor cantidad.

Figura 7

¿Desde su experiencia tiene mayor demanda la carne de ternera?



Nota. Iniciativa de estimación propia.

Por las características de zona ganadera, existe gran preferencia por la carne de cordero que tiene una aceptación del 100% (tabla 10).

Tabla 10. *¿Desde su experiencia tiene mayor demanda la carne de cordero?*

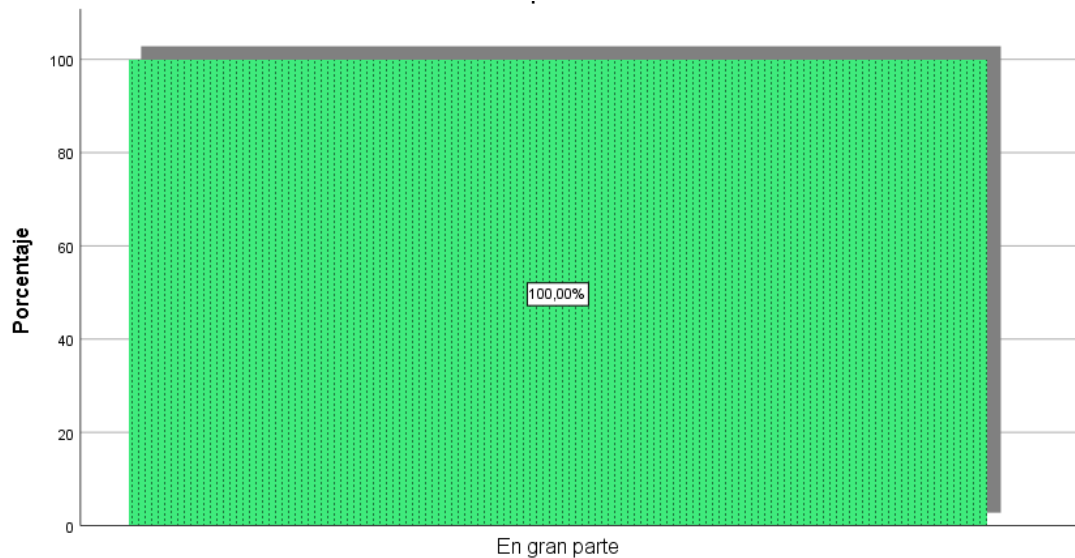
	Fo	%	% Acum.
En gran parte	15	100,0	100,0

Nota: Iniciativa de estimación propia.

La carne de cordero tiene alta preferencia diaria (figura 8).

Figura 8

¿Desde su experiencia tiene mayor demanda la carne de cordero?



Nota: Iniciativa de estimación propia.

Un gran segmento de la población viene impulsando el consumo de carne de alpaca que es favorito por el 100% de encuestados, en este caso comerciantes que dan fe de la mayor demanda (tabla 11).

Tabla 11

¿Desde su experiencia tiene mayor demanda la carne de alpaca?

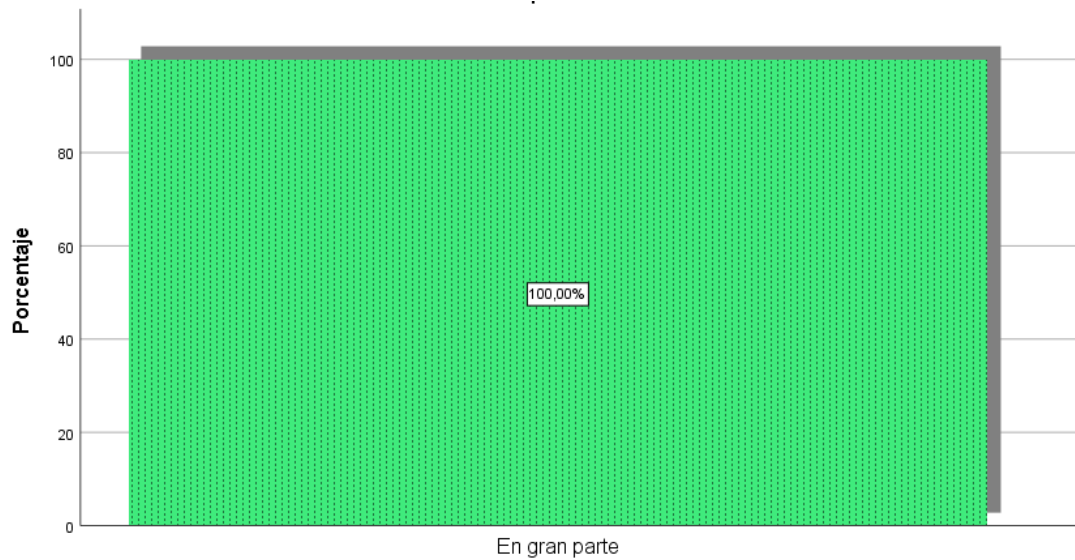
	fo	%	% Acum.
En gran parte	15	100,0	100,0

Nota: Iniciativa de estimación propia.

A nivel regional ocurre un hecho similar ocurre puesto que las preferencias por la venta de carne de alpaca vienen en aumento por su alto valor proteico y bajo en grasa, considerado como carne saludable (figura 9).

Figura 9

¿Desde su experiencia tiene mayor demanda la carne de alpaca?



Nota: Iniciativa de estimación propia.

Dada la producción local se consume carne de cerdo en menor grado, solo en casos de eventos festivos, tal es que el 47% establecen respuestas de escaso consumo de carne de cerdo (tabla 12).

Tabla 12

¿Desde su experiencia tiene mayor demanda la carne de cerdo?

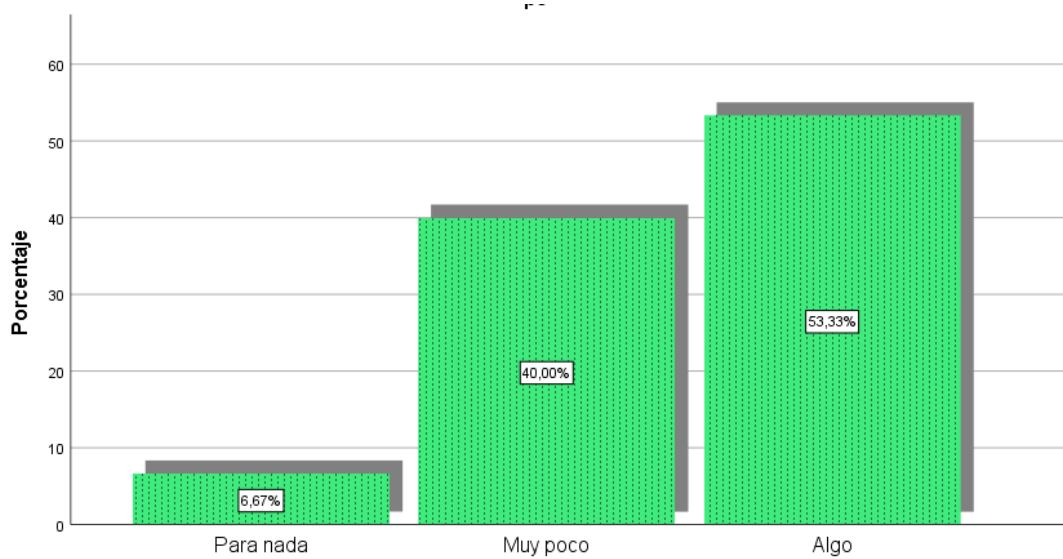
	fo	%	% Acum.
Para nada	1	6,7	6,7
Muy poco	6	40,0	46,7
Algo	8	53,3	100,0
Total	15	100,0	

Nota: Iniciativa de estimación propia.

A pesar de las condiciones de producción local el consumo de carne de cerdo es en menor grado (figura 10). Por tanto, es baja la comercialización de carne de cerdo.

Figura 10

¿Desde su experiencia tiene mayor demanda la carne de cerdo?



Nota: Iniciativa de estimación propia.

Se observa por las respuestas que las carnes rojas tienen aceptación del 47% (tabla 13).

Tabla 13

¿Los clientes tienen preferencias por carnes rojas?

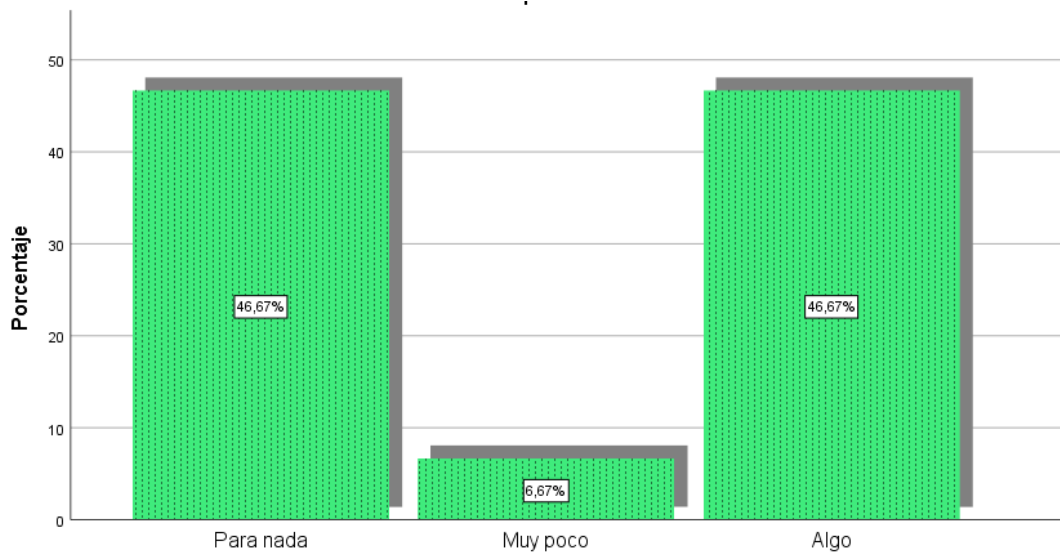
	fo	%	% Acum.
Para nada	7	46,7	46,7
Muy poco	1	6,7	53,3
Algo	7	46,7	100,0
Total	15	100,0	

Nota: Iniciativa de estimación propia.

Dada la dieta el consumo de carnes rojas es propio del poblador de Azángaro lo que garantiza una demanda diaria (figura 11).

Figura 11

¿Los clientes tienen preferencias por carnes rojas?



Nota: Iniciativa de estimación propia.

4.1.1.2 Dimensión 2: Precio de venta de carnes rojas

El 100% de las afirmaciones recogidas por los comerciantes indican que existen dificultades en pagar por el consumo de carnes rojas (tabla 14). Esto se presenta cuando suben los precios por diversos factores.

Tabla 14

¿Ha tenido dificultades con el precio de venta de las carnes rojas?

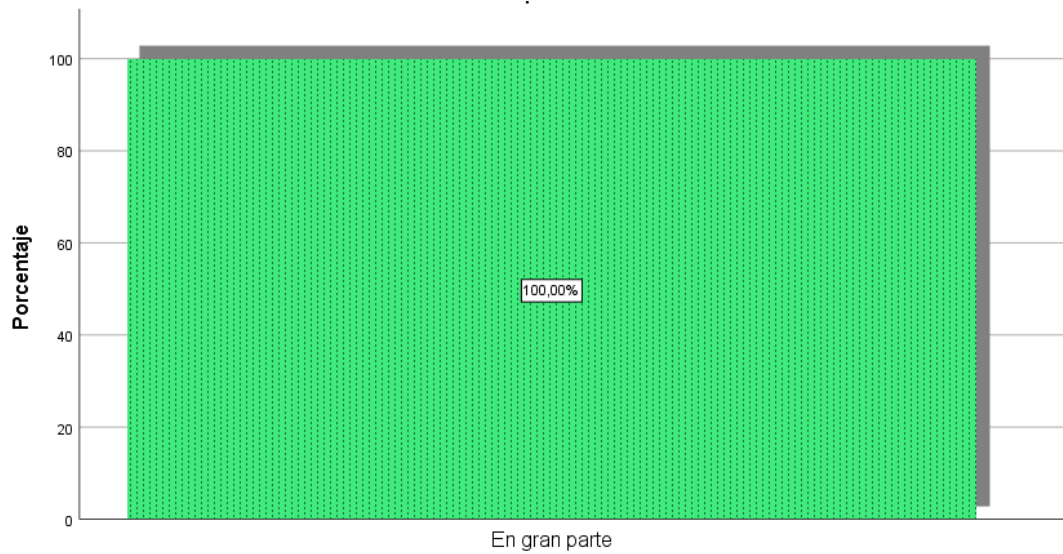
	fo	%	% Acum.
En gran parte	15	100,0	100,0

Nota: Iniciativa de estimación propia.

La carne vacuna tiene un precio entre S/ 15 soles a S/ 17, carne de cerdo un precio de S/ 11, carne de ovino un precio de S/ 20 y la carne de alpaca un precio de S/ 10. Evaluando los precios locales el menor precio lo tiene la carne de alpaca, su preferencia se debe al interés nutricional.

Figura 12

tenido dificultades con el precio de venta de las carnes rojas?



Nota: Iniciativa de estimación propia.

Los comerciantes que expenden carnes rojas manifiestan que, si rebajan precios, pero en contadas ocasiones, se da por estaciones cuando los proveedores negocian una rebaja (tabla 15).

Tabla 15

¿Realiza rebaja de precio a sus clientes preferenciales por la venta de carne roja?

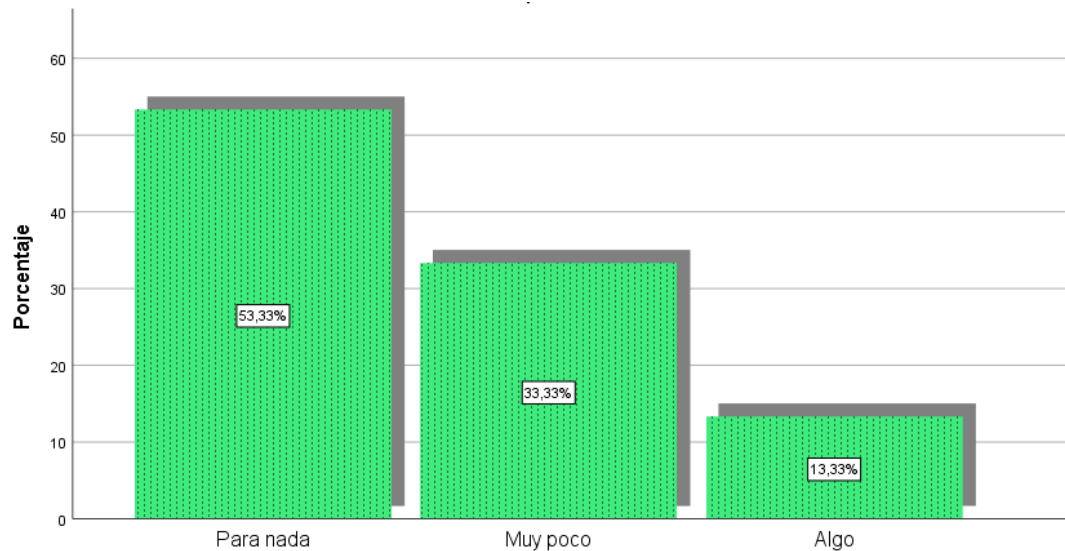
	fo	%	% Acum.
Para nada	8	53,3	53,3
Muy poco	5	33,3	86,7
Algo	2	13,3	100,0
Total	15	100,0	

Nota: Iniciativa de estimación propia.

La carne de alpaca resulta la más económica, es demandada principalmente por la zona rural de Azángaro (figura 13).

Figura 13

¿Realiza rebaja de precio a sus clientes preferenciales por la venta de carne roja?



Nota: Iniciativa de estimación propia.

Evidentemente, el precio de las carnes rojas varía en función a la estacionalidad a lo largo de un año (tabla 16). Esos factores dependen de épocas festivas donde la demanda se incrementa es el caso de navidad, año nuevo, fiestas patrias donde los precios tienden a subir.

Tabla 16

¿Influye en el precio de venta de carne roja la estacionalidad de primavera, verano, otoño e invierno?

	fo	%	% Acum.
Para nada	2	13,3	13,3
Muy poco	4	26,7	40,0
Algo	9	60,0	100,0
Total	15	100,0	

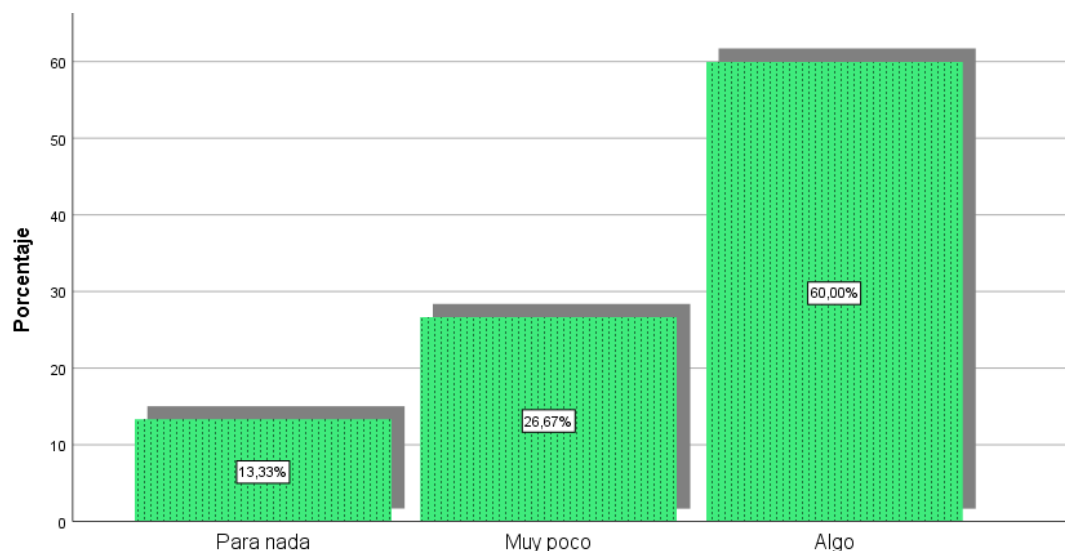
Nota: Iniciativa de estimación propia.

Sin embargo, los precios de las carnes rojas también tienden a reducir por la menor demanda es el caso de los meses de enero y febrero donde la demanda baja.

En los meses de abril y mayor existe menor pico de demanda y la oferta permanece estable. La disponibilidad de pastos también es otro factor que afecta la mayor o menor demanda por carnes rojas dependiendo el comportamiento de lluvias cada año o condiciones climáticas en general.

Figura 14

¿Influye en el precio de venta de carne roja la estacionalidad de primavera, verano, otoño e invierno?



Nota: Iniciativa de estimación propia.

4.1.1.3 Dimensión 3: Promoción de carnes rojas

Si se recomienda en el 47% de respuestas que la venta de carnes rojas es por recomendación (tabla 17).

Tabla 17

¿Se promociona solo por sus clientes por recomendación?

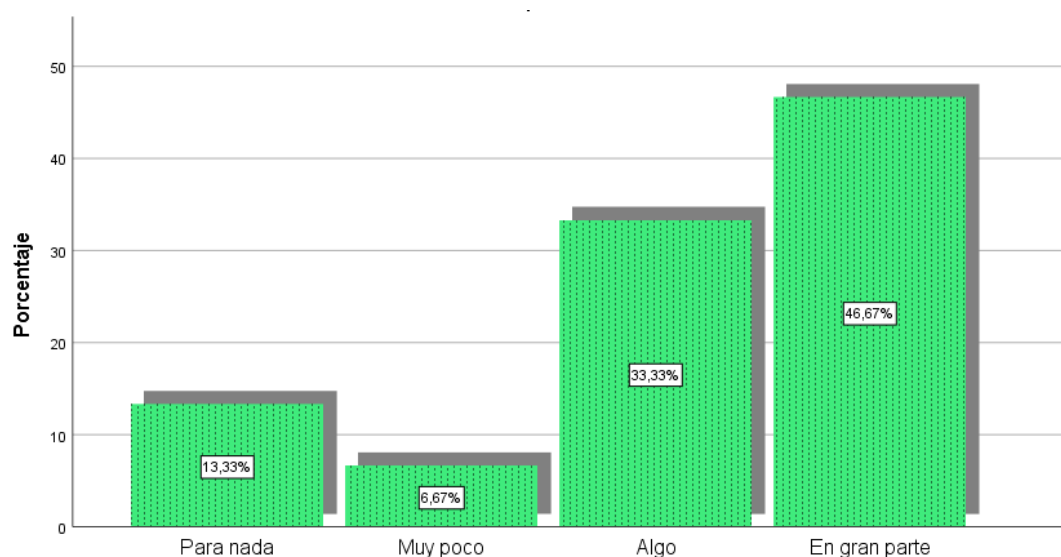
	fo	%	% Acum.
Para nada	2	13,3	13,3
Muy poco	1	6,7	20,0
Algo	5	33,3	53,3
En gran parte	7	46,7	100,0
Total	15	100,0	

Nota: Aporte de la autora.

Por las características de la producción ganadera en Azángaro, buena parte de la carne roja se comercializa de manera tradicional lo que sugiere generalmente una promoción por recomendación (figura 15).

Figura 15

¿Se promociona solo por sus clientes por recomendación?



Nota: Aporte de la autora.

El 26% de los comerciantes indican que utilizan las redes sociales para promocionar su negocio. Sin embargo, aun es carente la utilización de estos medios digitales.

Tabla 18

¿Utiliza las redes sociales para promocionar su negocio?

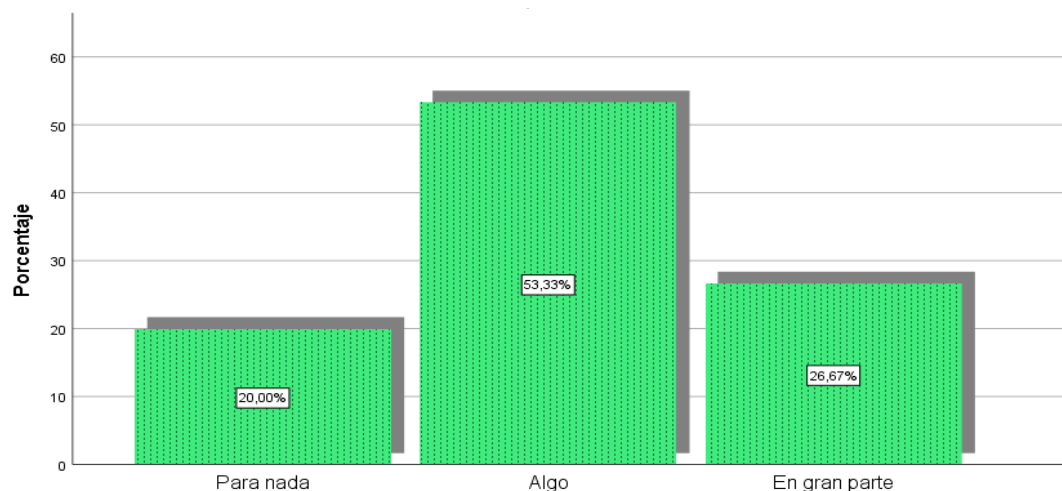
	fo	%	% Acum.
Para nada	3	20,0	20,0
Algo	8	53,3	73,3
En gran parte	4	26,7	100,0
Total	15	100,0	

Nota: Aporte de la autora.

Actualmente, se comercializa por medios tradicionales, ferias locales, mercados municipales y venta directa en camales. Corroborando la baja aceptación de redes sociales para la venta de carnes rojas (figura 16).

Figura 16

¿Utiliza las redes sociales para promocionar su negocio?



Nota: Aporte de la autora.

El 67% no invierte dinero en la promoción de su negocio (tabla 19).

Tabla 19

¿Invierte dinero en publicidad pagada por medios de comunicación local u otro?

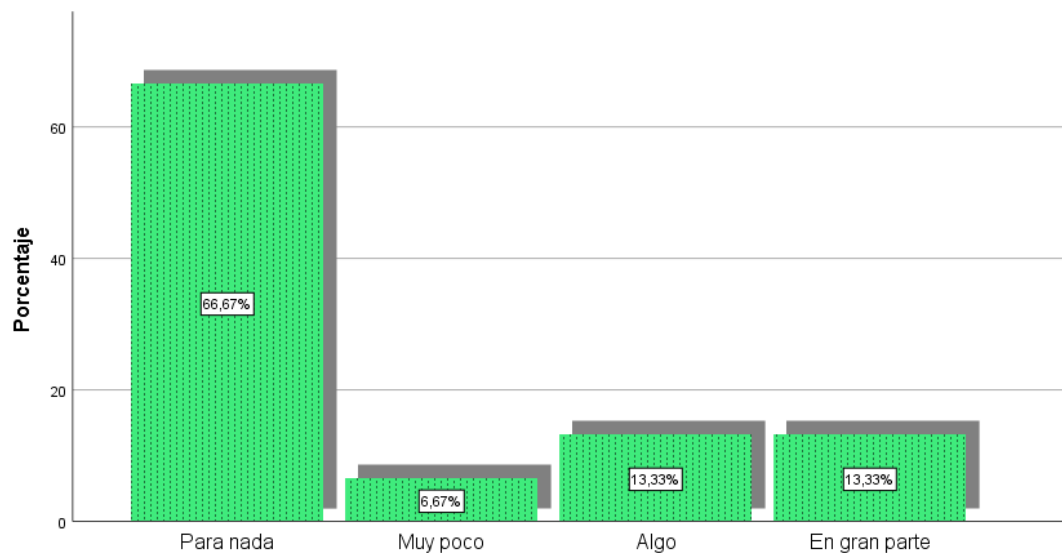
	fo	%	% Acum.
Para nada	10	66,7	66,7
Muy poco	1	6,7	73,3
Algo	2	13,3	86,7
En gran parte	2	13,3	100,0
Total	15	100,0	

Nota: Aporte de la autora.

Por las respuestas son escasos los medios de difusión (figura 17).

Figura 17

¿Invierte dinero en publicidad pagada por medios de comunicación local u otro?



Nota: Aporte de la autora.

4.1.1.4 Dimensión 4: Distribución de carnes rojas

Solo 13% está de acuerdo con la venta accesible de carnes rojas, existiendo dificultades en la manera de como se vende al menudeo la carne roja por las condiciones de baja salubridad en la que actualmente se lleva a cabo la venta (tabla 20). En muchos casos la venta de carnes rojas es de manera ambulatoria.

Tabla 20

¿Su puesto de venta es accesible para sus clientes?

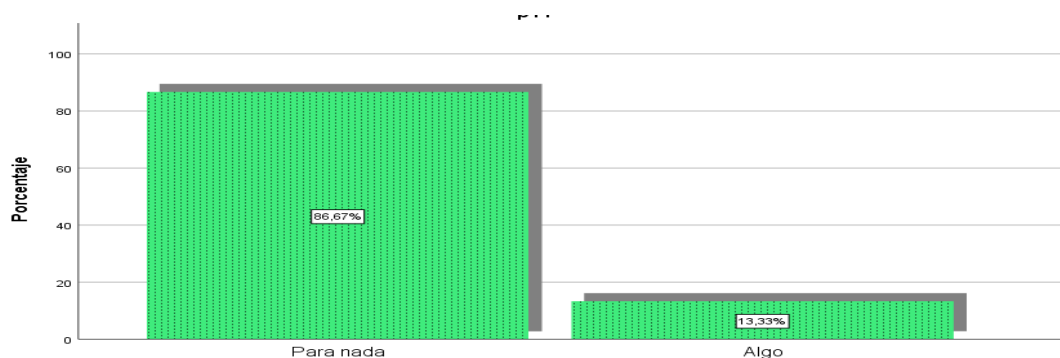
	fo	%	% Acum.
Para nada	13	86,7	86,7
Algo	2	13,3	100,0
Total	15	100,0	

Nota: Aporte de la autora.

Existe preocupación de no contar con infraestructura y equipamiento, es una necesidad que urge a la Asociación Dominical gestionar para mejorar las condiciones de venta al menudeo. Buena cantidad de comerciantes es consciente de no brindar accesibilidad en el puesto de venta (figura 18).

Figura 18

¿Su puesto de venta es accesible para sus clientes?



Nota: Aporte de la autora.

El 53% sostiene que ha tenido dificultad en el pago de alquiler del puesto de venta (tabla 21). Motivo por el cual se sustenta que la venta de carnes rojas se lleva de manera ambulatoria, por esas razones no llega alquilar un local.

Tabla 21

¿Ha tenido dificultad en el pago de alquiler del puesto de venta?

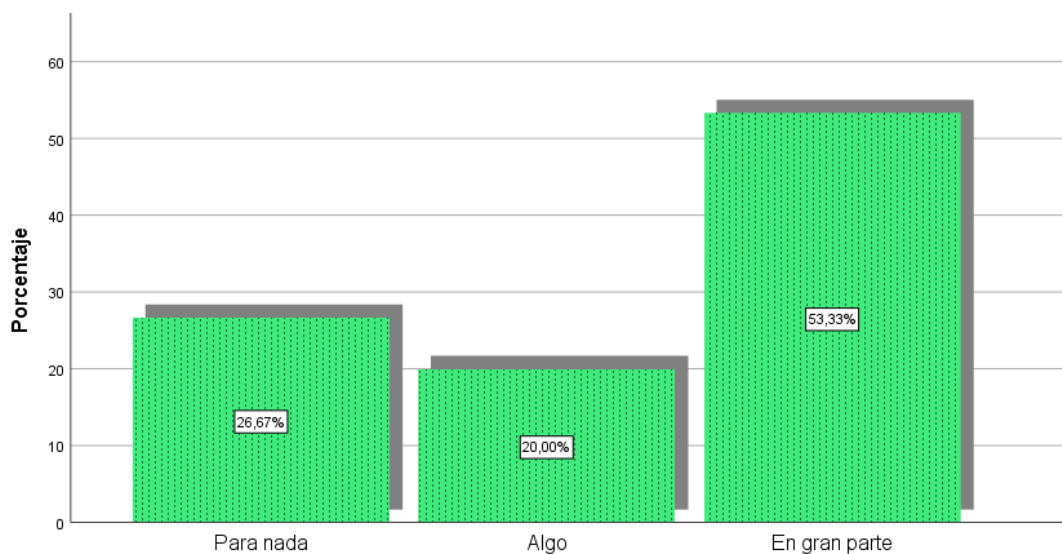
	fo	%	% Acum.
Para nada	4	26,7	26,7
Algo	3	20,0	46,7
En gran parte	8	53,3	100,0
Total	15	100,0	

Nota: Aporte de la autora.

La venta de carnes rojas se ofrece en espacios públicos no regulados en la ciudad de Azángaro a la intemperie de las calles principales del cercado.

Figura 19

¿Ha tenido dificultad en el pago de alquiler del puesto de venta?



Nota: Aporte de la autora.

4.1.2 Beneficios

El 27% en gran parte de las respuestas de comerciantes indican que están satisfechos con los ingresos generados por la venta de carnes rojas (tabla 22). Mientras que el 60% no está conforme (figura 20).

Tabla 22

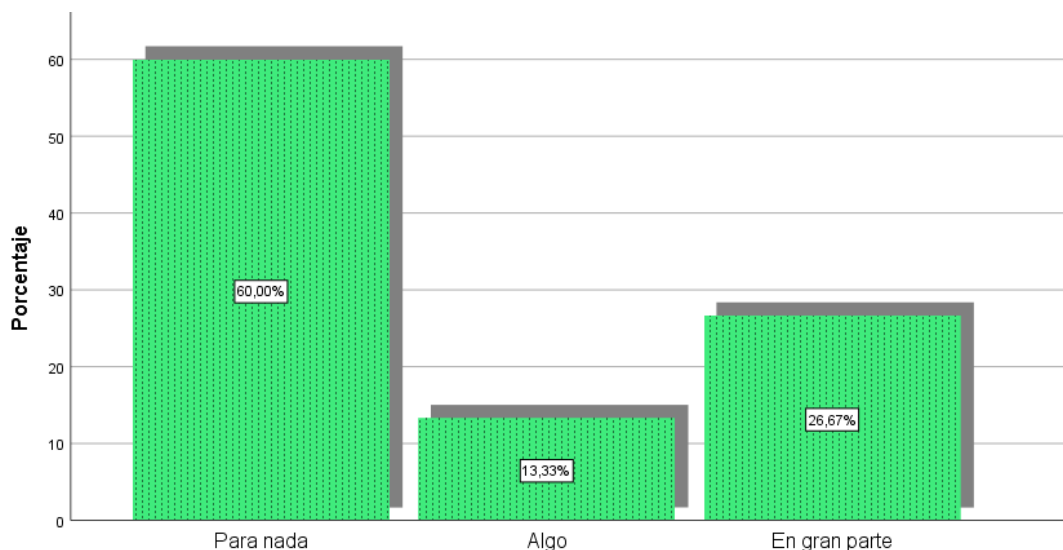
¿Está satisfecho con los ingresos generados por venta de carnes rojas?

	fo	%	% Acum.
Para nada	9	60,0	60,0
Algo	2	13,3	73,3
En gran parte	4	26,7	100,0
Total	15	100,0	

Nota: Aporte de la autora.

Figura 20

¿Está satisfecho con los ingresos generados por venta de carnes rojas?



Nota: Aporte de la autora.

En ahorro el 6% si ahorra, algo el 87% y muy poco el 7% (tabla 23).

Tabla 23

¿Le permite ahorrar su negocio?

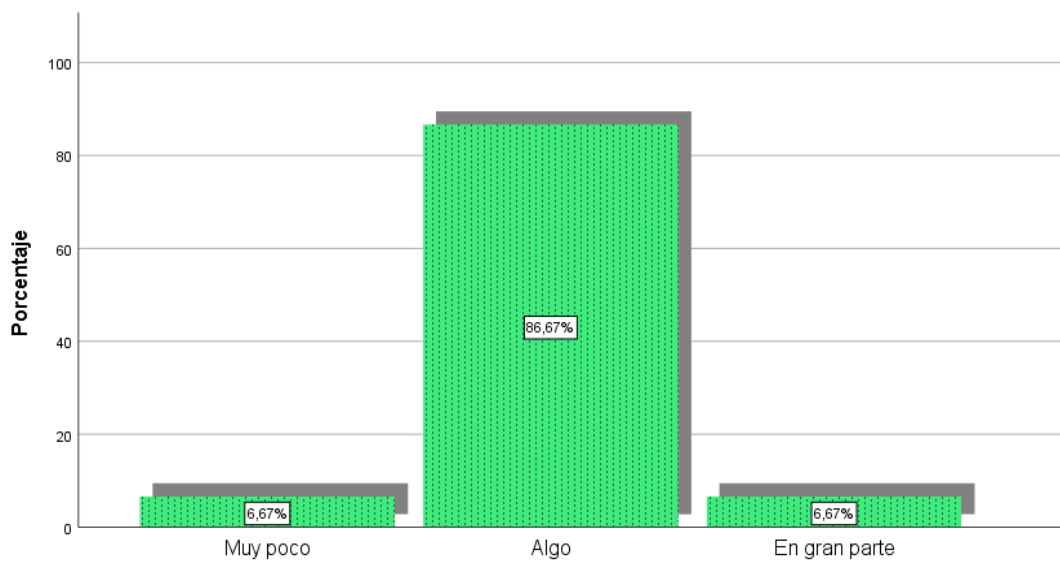
	fo	5	% Acum.
Muy poco	1	6,7	6,7
Algo	13	86,7	93,3
En gran parte	1	6,7	100,0
Total	15	100,0	

Nota: Aporte de la autora.

Claramente, por las condiciones de venta el ahorro es mínimo (figura 21).

Figura 21

¿Le permite ahorrar su negocio?



Nota: Aporte de la autora.

El 73% en algo reinvierten sus ganancias en la compra de equipos, máquinas y otros (tabla 24). Mientras que el 27% muy poco de los ingresos que perciben lo destinan a la reinversión.

Tabla 24

¿Reinvierte sus ganancias en la compra de equipos, máquinas y otros?

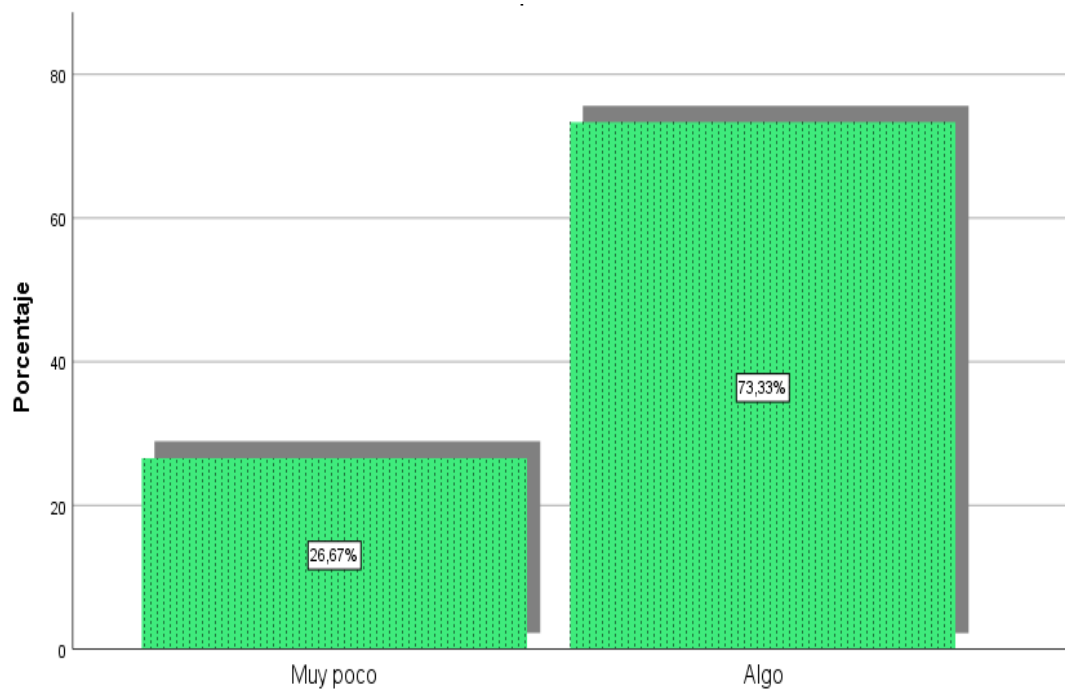
	Fo	%	% Acum.
Muy poco	4	26,7	26,7
Algo	11	73,3	100,0
Total	15	100,0	

Nota: Aporte de la autora.

La capacidad de reinversión contribuye a la mejora de las ganancias. Sin embargo, no se cuenta con la suficiente capacidad de lograr dicho objetivo (figura 22).

Figura 22

¿Reinvierte sus ganancias en la compra de equipos, máquinas y otros?



Nota: Aporte de la autora.



4.2 Prueba de hipótesis

4.2.1 Estimación de la prueba de hipótesis 1

Los resultados datan significancia con una probabilidad < 0.01 , demostrando la conjetura siguiente:

“La venta al menudeo de carnes rojas por surtido de productos tiene relación significativa con las ganancias de los comerciantes”.

Kendall ($\tau < 0$), comprueba un coeficiente positivo de 0.745 evidenciando que la venta al menudeo de carnes rojas por surtido de productos tiene relación significativa con las ganancias de los comerciantes (tabla 25).

Tabla 25

Estadística correlacional de la venta al menudeo de carnes rojas por surtido de productos con las ganancias de los comerciantes

	Venta al menudeo de carnes rojas por surtido de productos		Ganancias
Test de Kendall	Valor	1,000	,0.745**
	Sig.	.	,000
	Valor de correlación		
	Sig.		

** . Valor de significancia al nivel del 0,01.

Nota: Iniciativa de estimación propia.

4.2.2 Estimación de la prueba de hipótesis 2

Los resultados datan significancia con una probabilidad < 0.01 , demostrando la conjetura siguiente:

“El precio de venta de carnes rojas tiene relación significativa con las ganancias de los comerciantes”.

Kendall ($\tau < 0$), resultó con un coeficiente positivo de 0.814 evidenciando que el precio de venta de carnes rojas tiene relación significativa con las ganancias de los comerciantes (tabla 26).

Tabla 26

Estadística correlacional del precio de venta de carnes rojas con las ganancias de los comerciantes

	Precio de venta de carnes rojas	de Ganancias
Test de Kendall	Precio de venta de carnes rojas	Valor de correlación Sig.
	Ganancias	Valor de correlación Sig.
		1,000
		,814**
		.
		,000

** . Valor de significancia al nivel del 0,01.

Nota: Iniciativa de estimación propia.

4.2.3 Estimación de la prueba de hipótesis 3

Los resultados datan significancia con una probabilidad < 0.01 , demostrando la conjetura siguiente:

“La promoción de carnes de rojas tiene relación significativa con las ganancias de los comerciantes”.

Kendall ($\tau < 0$), verifica un coeficiente positivo de 0.903 evidenciando que la promoción de carnes rojas tiene relación significativa con las ganancias de los comerciantes (tabla 27).

Tabla 27

Estadística correlacional de la promoción de carnes rojas con las ganancias de los comerciantes

		Promoción de carnes rojas	de Ganancias
Test de Kendall	Promoción de carnes rojas	Valor de correlación	1,000
		Sig.	,903**
	Ganancias	Valor de correlación	.
		Sig.	,000

** . Valor de significancia al nivel del 0,01.

Nota: Iniciativa de estimación propia.

4.2.4 Estimación de la prueba de hipótesis 4

Los resultados datan significancia con una probabilidad < 0.01 , demostrando la conjetura siguiente:

“La distribución de carnes rojas tiene relación significativa con las ganancias de los comerciantes”.

Kendall ($\tau < 0$), resultó con un coeficiente positivo de 0.851 evidenciando que la distribución de carnes rojas tiene relación significativa con las ganancias de los comerciantes (tabla 28).

Tabla 28

Estadística correlacional de la distribución de carnes rojas con las ganancias de los comerciantes

			Distribución de carnes rojas	Ganancias
Test de Kendall	Distribución de carnes rojas	Valor de correlación Sig.	1,000	,851**
	Ganancias	Valor de correlación Sig.	.	,000

** . Valor de significancia al nivel del 0,01.

Nota: Iniciativa de estimación propia.



4.3 Diseminación de los hallazgos

Nilsson y Backman (2024), argumentan que, la permanencia en el establecimiento, la educación en el comercio, la permanencia en la industria, y la complejidad ocupacional son factores que reducen la probabilidad de abandonar un establecimiento minorista. La permanencia en el sector, la complejidad profesional y la educación referida al comercio minorista determinan la probabilidad de permanencia en el sector minorista.

Backman et al. (2024) sostienen que, en el sector minorista, la probabilidad de cambiar de sector es menor entre hombres, personas de edad, aquellas que no tienen hijos y tienen menos estudios. El comercio mayorista en cambio pese a tener una tendencia parecida al sector minorista no presenta disparidades notables entre hombres y mujeres. Concluye que, el factor más importante en la rotación de personal es la ausencia de oportunidades.

Falatouri et al. (2024) exponen que un factor clave del éxito dentro de la venta minorista es la satisfacción del cliente. Los impulsores de la satisfacción del cliente son las políticas, interacción del persona y aspectos netamente que atañen al producto. Los resultados evidencian que mientras mayor sea la interacción personal con los clientes la satisfacción será mayor buscando la fiabilidad.



CONCLUSIONES

PRIMERA. - La venta al menudeo se relaciona significativamente con las ganancias de los comerciantes de la Asociación Dominical Carnes Rojas en Azángaro.

SEGUNDA. – Se confirmó que, la venta al menudeo de carnes rojas por surtido de productos tiene relación significativa con las ganancias de los comerciantes donde la probabilidad < 0.01 arroja un coeficiente Kendall de 0.745 positiva y significativa.

TERCERA. – Se comprobó que, el precio de venta de carnes rojas tiene relación significativa con las ganancias de los comerciantes con una probabilidad < 0.01 resultado un coeficiente Kendall de 0.903 positivo y significativo.

CUARTA. – Se certificó que, la promoción de carnes de rojas tiene relación significativa con las ganancias de los comerciantes donde la probabilidad < 0.01 arroja un coeficiente Kendall de 0.851 positivo y significativo.

QUINTA. – Se verificó que, la distribución de carnes rojas tiene relación significativa con las ganancias de los comerciantes donde la probabilidad < 0.01 arroja un coeficiente Kendall de 0.814 positiva y significativa.



RECOMENDACIONES

PRIMERA. – A la Municipalidad Provincial de Azángaro capacitar en salud, higiene y capacitación a los comerciantes de la venta de carnes rojas. A la Asociación Dominical Carnes Rojas de la ciudad de Azángaro llevar a cabo un control de calidad garantizando de carne fresca de buena procedencia con certificación sanitaria. Buscar alianzas con restaurantes o chefs locales para incrementar las ventas.

SEGUNDA. - A la Asociación Dominical Carnes Rojas diversificar la oferta de carnes rojas llevando un control estricto de costos operativos para optimizar las ganancias. Comprar a proveedores confiables. Ofrecer al cliente recetas fáciles y publicar tips en redes sociales.

TERCERA. - A la Asociación Dominical Carnes Rojas capacitarse llevar el control de la estrategia de precios para incrementar las ventas. Utilizar las redes sociales para ofrecer el producto y precio, garantizando cumplimiento sanitario, manteniendo impecable el puesto de venta, utensilios, uso de guantes y uniforme limpio.

CUARTA. - A la Asociación Dominical Carnes Rojas implementar marketing digital para promoción de carne roja, aplicar descuentos para captar a clientes nuevos y fidelizarlos. Mejorar la presentación de las carnes rojas con presentación atractiva en cortes (diversificación para lomo, costillar, asado, bistec, carne molida, hamburguesas, etc.), tipos y sugerir usos. Educar y orientar al cliente para la elección de compra.



QUINTA. - A la Asociación Dominical Carnes Rojas utilizar la inteligencia artificial para captar más clientes y automatizar la venta de carnes rojas al por mayor y menor.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alzate, T. ("0219). Consumo de carnes rojas y procesadas. La controversia está servida. *Perspect Nut Hum* 21(2), 142. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-41082019000200137&lng=en
- Agencia EFE (2024). Mexicanos prefieren carnes rojas y ultra procesados, por encima de frijol y maíz. <https://gestion.pe/mundo/mexico/mexicanos-prefieren-carnes-rojas-y-ultraprocesados-por-encima-de-frijol-y-maiz-mundo-mexico-maiz-frijol-alimentacion-noticia/>
- Asociación Dominical de Carnes Rojas (2025). Padrón de asociados.
- Barragán et al. (2018). (2018). Percepción de consumidores frente a información nutricional de la carne bovina. *Idesia (Arica)*, 36(4), 35-43. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-34292018005002302>
- Badrinarayanan, V., & Laverie, D. A. (2013). The Role of Manufacturers' Salespeople in Inducing Brand Advocacy by Retail Sales Associates. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 21(1), 57–70. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679210104>
- Backman, M., Nilsson, H., & Öner, Ö. (2024). Career trajectories in retail and wholesale –turnover, retention, and labor status. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 1–21. <https://doi.org/10.1080/09593969.2024.2411201>
- Behar, D. S. (2008). *Metodología de la investigación*. Editorial Shalom.



Cabeza, Y. (2025). Villa Chicken incluye pastas y carnes para impulsar su crecimiento 2025. <https://gestion.pe/economia/empresas/villa-chicken-vapor-las-pastas-y-carnes-para-crecer-a-doble-digito-en-2025-pollos-a-la-lena-san-isidro-pollerias-noticia/>

Cámara de Comercio de Lima (2025). Retail en 2025: ventas crecerían mas de 4% y Lima asumiría seis nuevos malls. <https://gestion.pe/economia/empresas/retail-en-2025-ventas-crecerian-mas-de-4-y-lima-sumaria-seis-nuevos-malls-noticia/>

CONCYTEC (2025). Investigación aplicada. <https://prociencia.gob.pe/2024/09/proyectos-de-investigacion-aplicada-2025-02/>

DIGESA (2006). *Compendio de normas Sanitarias para la Comercialización Segura de Alimentos en Protección del Consumidor*. Primera edición.

Falaturi, T., Brandtner, P., Nasser, M., & Darbanian, F. (2024). Service quality dimensions in Austrian food retailing – a text mining approach for physical retail stores. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 35(2), 127–162. <https://doi.org/10.1080/09593969.2024.2371456>

Guajardo, G. y Andrade, N. E. (2014). *Contabilidad financiera*. Sexta edición. McGraw Hill.

Guevara et al. (2016). Enriquecimiento de la carne de cuy (*Cavia porcellus*) con ácidos grasos Omega-3 Mediante dietas con aceite de pescado y semillas



de Sacha Inchi (*Plukenetia volubilis*). *Rev. investig. vet. Perú* , 27 (1), 45-50. <http://dx.doi.org/10.15381/rivep.v27i1.11450>.

Harvard Business Review (2025). El arte de las ventas: cuatro estrategias para mejorar tus resultados. <https://gestion.pe/g-de-gestion/lifestyle/el-arte-de-las-ventas-cuatro-pasos-para-optimizar-su-proceso-harvard-business-review-gerentes-de-ventas-empresas-noticia/>

Hornngren et al. (2010). *Contabilidad*. Octava Edición. Prentice Hall.

Kotler, P. y Armstrong, G. (2012). *Marketing*. Decimocuarta edición. Pearson Prentice Hall.

Martínez-et al. (2020). Un mayor consumo de carnes rojas y procesadas aumentarían el riesgo de desarrollar cáncer colorrectal. 148 (11): 1697-1699. http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-98872020001101697&lng=es. <http://dx.doi.org/10.4067/S0034-98872020001101697>.

Medina et al. (2023). Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación. Editorial INUDI. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.080>

Merrilees, B., & Fam, K. S. (1999). Effective methods of managing retail "sales." *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 9(1), 81–92. <https://doi.org/10.1080/095939699342697>

Myles et al. (2015). *Nonparametric Statistical Methods*. DOI:10.1002/9781119196037



Ministerio de Salud (2015). Minsa recomienda reducir el consumo de carnes rojas.

Nilsson, H., & Backman, M. (2024). Retail employee turnover and turnover destinations – the role of human capital. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 35(1), 78–102.
<https://doi.org/10.1080/09593969.2024.2370256>

OMS (2015). Declaración de la OMS sobre los vínculos entre la carne procesada y el cáncer colorrectal.

Romina et al. (2024). Contenido de minerales y vitaminas en carne de guanaco de la Patagonia argentina. *Diaeta*, 42, 1-11.
https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1852-73372024000200001&lng=es&tlng=es

Walpole et al. (2012). *Probabilidad y estadística para ingeniería y ciencias*. Novena edición. Pearson.



ANEXOS



Anexo 1. Matriz de consistencia

Tesis: Venta al menudeo y ganancias de los comerciantes de la Asociación

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	<u>Variable 1</u>	Diseño
¿De qué manera se relaciona la venta al menudeo con las ganancias de los comerciantes de la Asociación Dominical Carnes Rojas, Azángaro – 2024?	Identificar de qué manera se relaciona la venta al menudeo con las ganancias de los comerciantes de la Asociación Dominical Carnes Rojas, Azángaro – 2024	La venta al menudeo se relaciona significativamente con las ganancias de los comerciantes de la Asociación Dominical Carnes Rojas, Azángaro – 2024	Venta al menudeo	- No experimental
PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICA	<u>Variable 2</u>	Tipo
¿Tiene relación la venta al menudeo de carnes rojas por surtido de productos con las ganancias de los comerciantes?	Estimar si tiene relación la venta al menudeo de carnes rojas por surtido de productos con las ganancias de los comerciantes.	La venta al menudeo de carnes rojas por surtido de productos tiene relación significativa con las ganancias de los comerciantes	Ganancias	- Cuantitativo
¿Es relevante la relación entre el precio de venta de carnes rojas con las ganancias de los comerciantes?	Evaluar si es relevante la relación entre el precio de venta de carnes rojas con las ganancias de los comerciantes.	El precio de venta de carnes rojas tiene relación significativa con las ganancias de los comerciantes.		- Aplicada
¿Está relacionada la promoción de carnes de rojas con las ganancias de los comerciantes?	Reconocer si está relacionada la promoción de carnes de rojas con las ganancias de los comerciantes.	La promoción de carnes de rojas tiene relación significativa con las ganancias de los comerciantes.		Nivel
¿Es significativa la relación de la distribución de carnes rojas con las ganancias de los comerciantes?	Determinar si es significativa la relación de la distribución de carnes rojas con las ganancias de los comerciantes	La distribución de carnes rojas tiene relación significativa con las ganancias de los comerciantes.		- Correlacional
				Métodos
				- Estadístico
				- Analítico
				Población
				- 15 comerciantes
				Muestra
				- Muestreo aleatorio simple
				- 15 comerciantes
				Test
				Tau b de Kendall

Dominical Carnes Rojas, Azángaro - 2024



Anexo 2. Encuesta

ENCUESTA

Tesis: Venta al menudeo y ganancias de los comerciantes de la Asociación Dominical Carnes Rojas, Azángaro - 2024

Día:/...../..... Lugar:..... N°:.....

I. Datos de los comerciantes

1. Género
 - a. Femenino (.....)
 - b. Masculino (.....)
2. Edad
 - a. De 20 a 35 años de edad (.....)
 - b. De 36 a 50 años de edad (.....)
 - c. De 51 a más años (.....)
3. Grado de instrucción
 - a. Sin estudios (.....)
 - b. Primaria (.....)
 - c. Secundaria (.....)
 - d. Superior (.....)
4. Años de experiencia
 - a. Entre 1 a 5 años (.....)
 - b. Entre 6 a 10 años (.....)
 - c. De 11 a 20 años (.....)
5. Ingresos mensuales
 - d. Entre S/ 500 a S/ 1,000 soles (.....)
 - e. Entre S/ 1000 a S/ 3,000 soles (.....)
 - f. Entre S/ 3000 a S/ 5,000 soles (.....)

La escala Likert que se presenta a continuación es la que se utiliza para las preguntas a responder.

Para nada =1 Muy poco = 2 Algo = 3 En gran parte = 4

Marque con un aspa la siguiente encuesta:

Variable 1:

Venta al menudeo

¿Cómo evaluaría las siguientes categorías?	Para nada	Muy poco	Algo	En gran parte
Dimensión 1: Venta al menudeo de carnes rojas por surtido de productos				
1) ¿Desde su experiencia tiene mayor demanda la carne de ternera?				
2) ¿Desde su experiencia tiene mayor demanda la carne de cordero?				
3) ¿Desde su experiencia tiene mayor demanda la carne de cerdo?				



4. ¿Vende surtido de carnes rojas entre carne de ternera, cordero y cerdo?				
5. ¿Los clientes tienen preferencias por carnes rojas?				
Dimensión 2: Precio de venta de carnes rojas				
6. ¿Ha tenido dificultades con el precio de venta de las carnes rojas?				
7. ¿Realiza rebaja de precio a sus clientes preferenciales por la venta de carne roja?				
8. ¿Influye en el precio de venta de carne roja la estacionalidad de primavera, verano, otoño e invierno?				
Dimensión 3: Promoción de carnes rojas				
9. ¿Se promociona solo por sus clientes por recomendación?				
10. ¿Utiliza las redes sociales para promocionar su negocio?				
11. ¿Invierte dinero en publicidad pagada por medios de comunicación local u otro?				
Dimensión 4: Distribución de carnes rojas				
12. ¿Su puesto de venta es accesible para sus clientes?				
13. ¿Ha tenido dificultad en el pago de alquiler del puesto de venta?				

Variable 2:

Ganancias

¿Cómo evaluaría las siguientes categorías?	Para nada	Muy poco	Algo	En gran parte
14. ¿Está satisfecho con los ingresos generados por venta de carnes rojas?				
15. ¿Le permite ahorrar su negocio?				
16. ¿Reinvierte sus ganancias en la compra de equipos, máquinas y otros?				

Gracias por su colaboración



Anexo 3. Tabulación de dato

Estimacion1.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 21 de 21 variables

	Genero	Edad	Grado	Años	Ingresos	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12
1	1	3	2	3	1	4	4	2	3	4	3	1	4	3	1	1	4
2	1	3	2	2	1	1	4	2	3	4	2	2	3	1	1	1	4
3	2	1	3	1	1	3	4	3	1	4	2	3	4	4	4	1	1
4	1	2	3	2	1	2	4	3	1	4	1	3	3	3	1	1	3
5	2	1	3	1	1	2	4	3	1	4	1	3	1	3	3	3	1
6	1	1	2	2	2	1	4	3	3	4	1	3	2	3	1	1	4
7	1	2	4	2	1	3	4	2	1	4	1	3	4	4	1	1	4
8	1	1	3	2	1	3	4	3	2	4	2	3	4	4	2	1	3
9	1	1	4	2	2	1	4	2	3	4	1	2	4	1	1	1	4
10	1	2	4	2	1	1	4	1	3	4	1	2	3	3	1	1	4
11	1	3	2	3	1	4	4	2	3	4	3	1	4	3	1	1	4
12	1	3	2	2	1	1	4	2	3	4	2	2	3	1	1	1	4
13	2	1	3	1	1	3	4	3	1	4	2	3	4	4	4	1	1
14	1	2	3	2	1	2	4	3	1	4	1	3	3	3	1	1	3
15	2	1	3	1	1	2	4	3	1	4	1	3	1	3	3	3	1
16																	
17																	
18																	
19																	
20																	
21																	
22																	
23																	
24																	
25																	
26																	
27																	

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

Advertencia de... En efecto

Buscar

ESP LAA 16:19 6/06/2025

Estimacion1.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	Genero	Númerico	8	0		(1, Femenin...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
2	Edad	Númerico	8	0		(1, De 20 a ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
3	Grado	Númerico	8	0		(1, Sin estu ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
4	Años	Númerico	8	0		(1, Entre 1 ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
5	Ingresos	Númerico	8	0		(1, Entre S/ ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
6	p1	Númerico	8	0		(1, Para nad...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
7	p2	Númerico	8	0		(1, Para nad...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
8	p3	Númerico	8	0		(1, Para nad...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
9	p4	Númerico	8	0		(1, Para nad...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
10	p5	Númerico	8	0		(1, Para nad...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
11	p6	Númerico	8	0		(1, Para nad...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
12	p7	Númerico	8	0		(1, Para nad...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
13	p8	Númerico	8	0		(1, Para nad...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
14	p9	Númerico	8	0		(1, Para nad...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
15	p10	Númerico	8	0		(1, Para nad...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
16	p11	Númerico	8	0		(1, Para nad...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
17	p12	Númerico	8	0		(1, Para nad...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
18	p13	Númerico	8	0		(1, Para nad...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
19	p14	Númerico	8	0		(1, Para nad...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
20	p15	Númerico	8	0		(1, Para nad...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
21	p16	Númerico	8	0		(1, Para nad...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
22											
23											
24											
25											
26											
27											
28											
29											

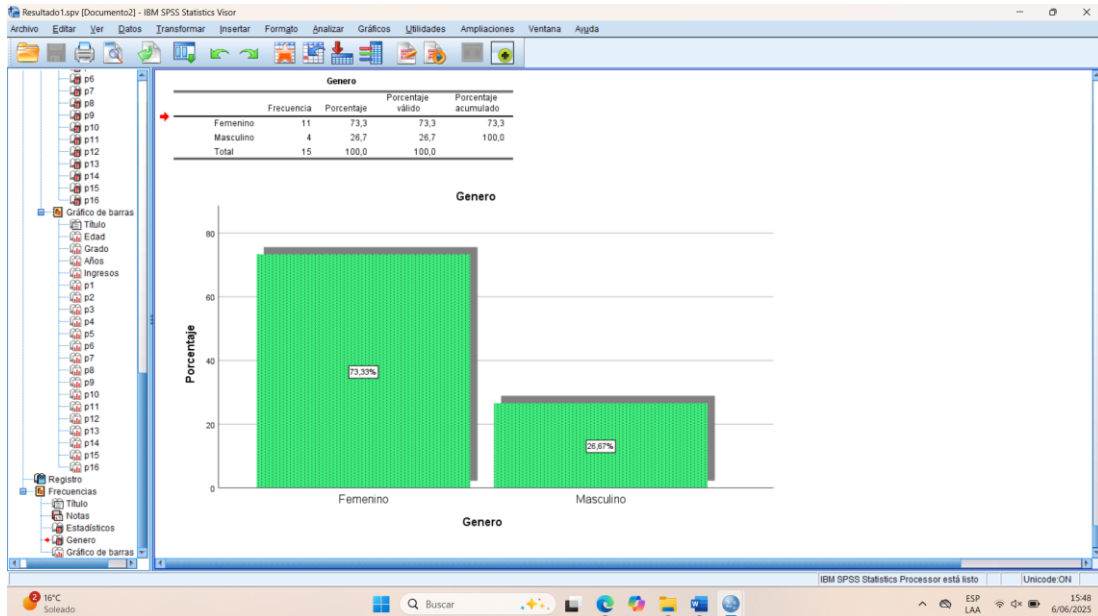
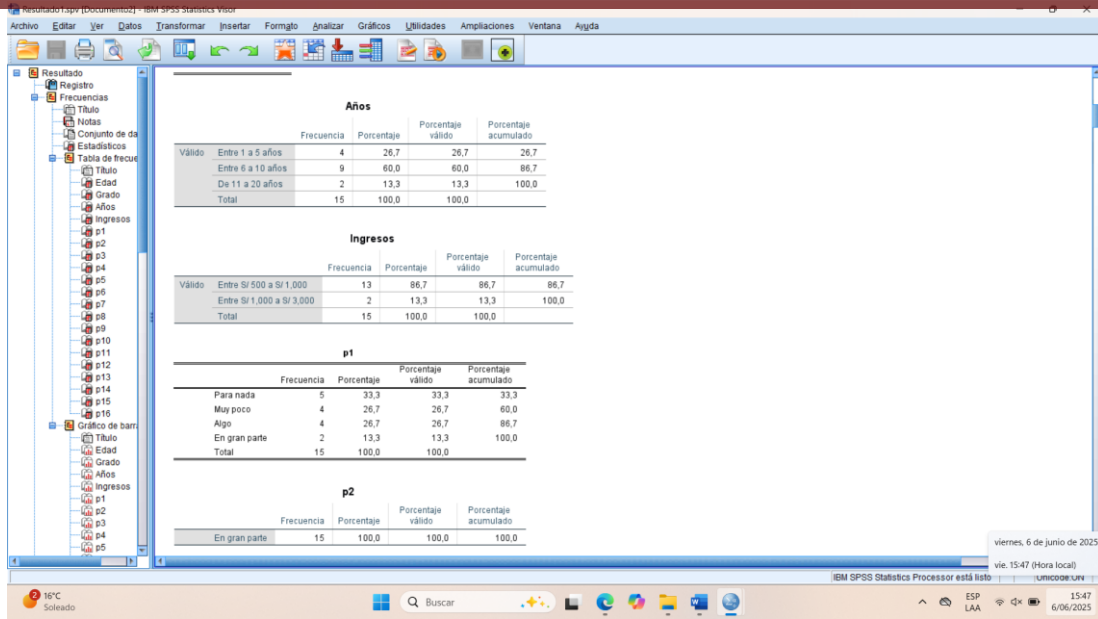
Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

Advertencia de... En efecto

Buscar

ESP LAA 16:19 6/06/2025



Anexo 4. Panel de foto

Venta de carnes rojas



Venta al menudeo de carnes rojas



Venta de carnes rojas en la ciudad de Azángaro



Anexo 5. Validación de instrumento

Opinión de experto

I. DATOS DEL EXPERTO

1. Apellidos y Nombres: Huacani Sucasaca Yudy
2. Cargo e institución donde labora: Docente de la UANCV
3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: ENCUESTA
4. Autor del instrumento: Yuliza Mamani Zapana

II. PUNTOS DE VALIDACIÓN

DIMENSIONES	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		0 - 20%	21 - 40%	41 - 60%	61 - 80%	81 - 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					98%
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en base a la realidad local					99%
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia					98%
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					98%
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					98%
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para la mejora de las unidades de estudio					98%
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos					99%
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					99%
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					99%

III. **OPINIÓN DE APLICABILIDAD:** Se recomienda la ejecución de la tesis.

IV. **PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

99 %

Lugar y fecha: 10/ 02/ 2025

Yudy Huacani Sucasaca
DNI N° 40673820 Cel.: 989 574722



Validación de instrumento

Opinión de experto

I. DATOS DEL EXPERTO

- 1. Apellidos y Nombres: *Mamain Mamain Jesús*
- 2. Cargo e institución donde labora: *Docente UANCV*
- 3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: *Encuesta*
- 4. Autor del instrumento: *Yulisa Mamain Zapana*

II. PUNTOS DE VALIDACIÓN

DIMENSIONES	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		0 - 20%	21 - 40%	41 - 60%	61 - 80%	81 - 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en base a la realidad local					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para la mejora de las unidades de estudio					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: *Procede instrumento*

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: *95*%

Lugar y fecha: *Lula 18/07/2025*

[Firma]

 Firma del experto
 DNI N°: *02425043*. Cel.: *985858536*



Validación de instrumento

Opinión de experto

I. DATOS DEL EXPERTO

- 1. Apellidos y Nombres:..... *Huacani Susana Judy*
- 2. Cargo e institución donde labora:..... *Docente UANCV*
- 3. Nombre del instrumento motivo de evaluación:..... *Encuesta*
- 4. Autor del instrumento:..... *Juliza Mamani Zapana*

II. PUNTOS DE VALIDACIÓN

DIMENSIONES	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		0 - 20%	21 - 40%	41 - 60%	61 - 80%	81 - 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en base a la realidad local					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para la mejora de las unidades de estudio					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: *Favorable*

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 97%

Lugar y fecha: *Julian, 17/04/2025*

[Handwritten Signature]

.....
Firma del experto
DNI N°: *40673810* Cel.: *989-574722*



ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS
TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN
EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV

Formato digital

Fecha de entrega: 29/10/2025

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: YULIZA MAMANI ZAPANA

Dirección: Jr. Arequipa 397

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 72368243

Teléfono: 993643532 email: mamanizapanayuliza@gmail.com

Nombres y Apellidos: _____

Dirección: _____

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: _____

Teléfono: _____ email: _____

Facultad y/o Escuela de Posgrado: CONTABLES Y FINANCIERAS

Escuela Profesional o Mención: CONTABILIDAD

Título o Grado Académico a optar: CONTADOR PÚBLICO

Asesor: Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación Tesis Trabajo de Suficiencia Profesional Trabajo Académico

Título: VENTA AL MENUDEO Y GANANCIAS DE LOS COMERCIANTES DE LA ASOCIACIÓN DOMINICAL CARNES ROJAS, AZÁNGARO – 2024

Palabras claves, (3 a 5 términos): Carnes rojas, venta al menudeo, ganancias.

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV ^{1,2}?

2

¹ Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entre otros relacionados.

² Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.



2. Referencia de tesis:

Bachiller Título 2da Especialidad Maestría Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.

Con la autorización de depósito de mi producción Intelectual, otorgo a la Universidad Andina “Néstor Cáceres Velásquez” una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina “Néstor Cáceres Velásquez” podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina “Néstor Cáceres Velásquez” consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

Autorizo su publicación (marque con una X)

- Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.
- Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): _____
- No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

Sí: significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

No: significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

- Sí autorizo
- No autorizo



Jurisdicción de su Licencia

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción “internacional” o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción “internacional” emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, **la opción “internacional” goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral.** Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

Internacional

Nacional

Línea de investigación: ECONOMÍA SECTORIAL– P15

Firma de Autor



huella digital

29- OCTUBRE - 2025

Fecha