



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Gestión de ventas y su influencia en la liquidez de la empresa
consorcio farmacéutico Estrellafarma Sac, periodo 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Contador Público

AUTORA:

Puelles Bustamante, Yessenia Marisol (orcid.org/0000-0002-6935-6107)

ASESOR:

Dr. Salazar Asalde, Abel (orcid.org/0000-0001-6108-2618)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CHICLAYO — PERÚ

2023

DEDICATORIA

Dedicado principalmente a DIOS quien ha sido mi apoyo fundamental a lo largo de esta etapa, brindándome fortaleza para poder afrontar cada obstáculo presentado.

A mis padres Isela y Salvador, quienes han estado conmigo desde siempre, motivándome a cumplir mis objetivos, por ellos he llegado hasta donde estoy, siendo mi fuente de amor incondicional, motivación, paciencia y esfuerzo a diario para sacarnos adelante a mi hermano y a mí.

A mis hermanos, José Manuel por ser mi apoyo y mi motivación para salir adelante por él y a Carlos Salvador quien desde el cielo me hace sentir que está conmigo y me guía siempre.

A mi abuelita Doris Edisa, quien ha confiado en mí siempre y ha creído en mi capacidad para lograr todo lo propuesto.

A todos esos seres especiales que tuvieron que partir antes de tiempo, principalmente a mi abuelita Marina y mi tía Ada, quienes partieron de manera repentina.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios, por darme la fuerza e iluminarme siempre en cada paso dado, principalmente en los momentos que no encontraba salida y creía que rendirme era la mejor opción.

En segundo lugar, quiero agradecer a mis padres, por el amor y apoyo incondicional que me han brindado, además del esfuerzo a diario por brindarnos educación a mi hermano y a mí, esto ha sido pieza clave para mi trayectoria académica, gracias por creer en mí y motivarme siempre a cumplir mis objetivos y no rendirme.

También quiero agradecer a Ronaldinho, por acompañarme en cada amanecida para el desarrollo del presente trabajo, motivándome y recordándome de lo que soy capaz de lograr, gracias por el apoyo incondicional a lo largo de esta etapa.

A mi profesor y asesor el Dr. Abel Salazar Asalde, quien ha demostrado su dedicación y pasión por enseñar, lo que ha permitido obtener nuevos conocimientos y ser guía fundamental para el desarrollo de esta investigación, gracias por su orientación, conocimientos compartidos y por inspirarme a superar mis límites.

A todos ustedes, gracias de todo corazón, este trabajo es el fruto de nuestro esfuerzo conjunto y de la confianza depositada en mí.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, SALAZAR ASALDE ABEL, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHICLAYO, asesor de Tesis titulada: "Gestión de ventas y su influencia en la liquidez de la empresa CONSORCIO FARMACEUTICO ESTRELLAFARMA SAC, periodo 2022", cuyo autor es PUELLES BUSTAMANTE YESSENIA MARISOL, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 10.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

CHICLAYO, 30 de Noviembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
SALAZAR ASALDE ABEL DNI: 16461541 ORCID: 0000-0001-6108-2618	Firmado electrónicamente por: AASALDE el 15-12- 2023 07:35:45

Código documento Trilce: TRI - 0673998



DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DE LA AUTORA



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, PUELLES BUSTAMANTE YESSENIA MARISOL estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHICLAYO, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Gestión de ventas y su influencia en la liquidez de la empresa CONSORCIO FARMACEUTICO ESTRELLAFARMA SAC, periodo 2022", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
YESSENIA MARISOL PUELLES BUSTAMANTE DNI: 71066025 ORCID: 0000-0002-6935-6107	Firmado electrónicamente por: PBUSTAMANTEYM el 30-11-2023 11:50:06

Código documento Trilce: TRI - 0674001



ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR.....	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DE LA AUTORA	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA.....	11
3.1. Tipo y diseño de investigación	11
3.2. Variables y operacionalización	12
3.3. Población, muestra y muestreo	15
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	16
3.5. Procedimientos	19
3.6. Métodos de análisis de datos	20
3.7. Aspectos éticos	20
IV. RESULTADOS	22
V. DISCUSIÓN	34
VI. CONCLUSIONES.....	38
VII. RECOMENDACIONES	39
Referencias.....	40
ANEXOS	46

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Elementos del ciclo de conversión de efectivo	14
Tabla 2	Razones financiera de la liquidez.....	15
Tabla 3	Población	16
Tabla 4	Alfa de Cronbach, resumen de procesamiento de casos	19
Tabla 5	Estadísticas de fiabilidad.....	19
Tabla 6	Nivel de influencia utilizando el coeficiente de Pearson	22
Tabla 7	Evaluar las políticas de ventas de la empresa	23
Tabla 8	Política de precio	24
Tabla 9	Las ofertas en las ventas	25
Tabla 10	Evaluar la planificación de las ventas.....	26
Tabla 11	Seguimiento de las ventas	27
Tabla 12	Liquidez General.....	27
Tabla 13	Prueba ácida.....	28
Tabla 14	Prueba absoluta.....	28
Tabla 15	Margen de Utilidad Bruta	29
Tabla 16	Margen de utilidad neta.....	29
Tabla 17	Factores que generan una inadecuada gestión de ventas	31

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Estrategias aplicadas para gestionar la disponibilidad de productos....	25
Gráfico 2 Disminución de ventas.....	30
Gráfico 3 Liquidez General.....	30
Gráfico 4 Capacitación al personal.....	32
Gráfico 5 Incentivos monetarios	33

RESUMEN

La investigación titulada “Gestión de ventas y su influencia en la liquidez de la empresa Consorcio Farmacéutico Estrellafarma Sac, periodo 2022”, cuyo objetivo general fue determinar la influencia de la gestión de ventas en la liquidez de la empresa Consorcio Farmacéutico Estrellafarma Sac, periodo 2022, donde la variable independiente fue la “gestión de ventas” y la variable dependiente la “liquidez”. Fue una investigación básica de enfoque cuantitativo, no experimental con corte transversal y de nivel descriptivo correlacional. Se obtuvo como hallazgos que la gestión de ventas influye de manera significativa en la liquidez de la empresa, además se pudo determinar que la gestión de ventas que se viene aplicando es deficiente, encontrándose con que no cuentan con políticas ni procedimientos de ventas establecidas, lo cual ha generado que su liquidez disminuya notoriamente y en un monto considerable.

Palabras clave: Gestión de ventas, liquidez, políticas de ventas, ratios financieros.

ABSTRACT

The research entitled "Sales management and its influence on the liquidity of the company Estrellafarma Sac Pharmaceutical Consortium, period 2022", whose general objective was to determine the influence of sales management on the liquidity of the company Estrellafarma Sac Pharmaceutical Consortium, period 2022, where the independent variable was "sales management" and the dependent variable was "liquidity". It was basic research of quantitative approach, non-experimental with cross-sectional and descriptive correlational level. It was found that sales management has a significant influence on the company's liquidity, and it was also determined that the sales management that is being applied is deficient, finding that they do not have established sales policies and procedures, which has caused their liquidity to decrease significantly and by a considerable amount.

Keywords: Sales management, liquidity, sales policies, financial ratios.

I. INTRODUCCIÓN

Las organizaciones tienen un componente fundamental para su operación el cual es la gestión de ventas, debido a que impulsa los ingresos y cumple con un papel importante en la salud financiera y la liquidez de la empresa, pero el problema recae en que la mayoría no cuenta con la implementación de estrategias, políticas de ventas y aplicación de ellas, además de no tener un proceso de ventas establecido, vulnerando así la liquidez en sus operaciones. Ante ello la importancia del trabajo se presenta por dos razones, la primera porque ayudará a manifestar la administración de ventas y la liquidez para recomendar mejoras y la empresa desee aplicarlas; y la segunda razón es porque representa el principal requisito que le permitirá a la investigadora obtener su título universitario.

A nivel internacional, en Ecuador en una comercializadora de productos memoriales, se encontró una deficiente gestión de ventas lo que provoca que su rentabilidad haya disminuido en una cantidad considerable, además de ello las estrategias de ventas no han favorecido y han presentado obstáculos para el desarrollo de la empresa (Mora et al. 2022).

En Rusia las empresas de transporte como consecuencia del Covid-19 se disminuyeron los medios líquidos; es así que, tanto las ventas al contado y al crédito no fueron reflejadas con exactitud, haciendo que su disponibilidad de efectivo sea más severa e impida la operatividad normal del negocio (Chernov, 2023).

A nivel nacional, Quiroz et al. (2019) revelaron que en Amazonas, la Asociación Educativa Adventista Nor Oriental presenta inconvenientes con su liquidez, los que vienen siendo originados por la dirección de las facturas, ya que demoran en la recuperación y extinción de los cobros.

Custodio et al. (2020) ha mencionado que el 60% de los asesores comerciales de Mi Banco en la agencia de La Victoria - Chiclayo, indican que las ventas se encuentran acorde a los objetivos de la empresa, porque cuentan con jefes que tienen habilidades gerenciales positivas que motivan a un buen desempeño por parte de ellos.

Además, en una cadena de bancos de Perú se evidenció que el incremento de su productividad en la competitividad es debido a la aplicación de las estrategias de ventas de las tarjetas crediticias, lo cual genera tener mejores resultados y poder

competir con las distintas compañías manteniendo así una salud financiera (Fernández, 2019).

En el contexto regional, Delfín y Rodríguez (2022), detectaron que, en una empresa de seguros limeña, los registros y control de sus ingresos no son puntuales, a pesar que sus indicadores demuestren lo contrario, ello afecta que no se posea dinero para las adversidades económicas.

Asimismo, Gonzales et al. (2020) encontraron que en una universidad particular de Lima presenta situaciones adversas en la percepción de las facturas pendientes de varios años, es así que improvisan para omitir ciertos importes en los estados financieros y ello hace que su liquidez sea deficiente.

En el contexto local, consorcio farmacéutico Estrellafarma Sac, una empresa dedicada a la comercialización al por menor de medicamentos, cosméticos y productos de higiene; la cual se ubica en Mza. A Lote. 5 A.V. Las Flores De Copacabana Lima - Lima - Puente Piedra e inició sus operaciones en el 2015. La problemática que aqueja a Estrellafarma se presencia en la gestión de ventas deficiente, debido a que no se cuenta con una oficina especializada en este tema, sumándose a ello que sólo se cuenta con la experiencia previa y habilidades de los trabajadores encargados de realizar las ventas, y no tiene establecido un manual de funciones, tampoco políticas ventas claras y entendibles. Otras falencias que aquejan a la empresa es que no se aplican estrategias de ventas eficientes, además de no contar con un buen manejo de redes sociales para llegar a más personas. Ello se ve evidenciado en la disminución de ventas entre los periodos, teniendo una diferencia de – S/ 19,614.00, siendo este un montón significativo de pérdida, lo que ha influido de manera notoria en la liquidez de la empresa. Teniendo, así inconvenientes con los proveedores por el pago a destiempo, no tener dinero suficiente en caja ante alguna contingencia urgente y poseer insuficiente capital de trabajo.

De acuerdo a ello, el problema general de un estudio, según Arias y Covinos (2021) es el enunciado que presenta mediante una interrogante y define qué es lo que desea efectuar el investigador para solucionarla. Por ello, se presentó así: ¿Cuál es la influencia de la gestión de ventas en la liquidez de la empresa consorcio farmacéutico Estrellafarma Sac, periodo 2022?

Es así que la justificación es el fundamento de explicar al lector el porqué de la realización del estudio por medio de un estudio minucioso de literatura, y se puede dar en forma teórica, práctica y metodológica (Fernandez, 2020).

Por eso la investigación se justificó por su relevancia social ya que contribuye a la estabilidad económica de las empresas, al mantenimiento del empleo, el desarrollo económico y a mitigar el riesgo de liquidez, pues estos factores tienen impacto positivo en el bienestar social ya que promueven la sostenibilidad financiera de consorcio farmacéutico Estrellafarma y de las empresas en general.

Así mismo, este estudio ha permitido establecer cuál es la conexión entre ambas variables, contando con una amplia lista de referencias que sostienen que una buena gestión de ventas permite tener un buen nivel de liquidez, siendo esto parte de su valor teórico.

Además, considerando su criterio científico, esta investigación ha contado con información fidedigna otorgada por la empresa y antecedentes de estudios, además de que se ha usado softwares estadísticos e instrumentos de recolección de datos, permitiendo así contar con datos comprobables y entendibles, sirviendo así a los futuros investigadores.

Por otro lado, el objetivo principal de una averiguación, como lo aseveran Bilbao y Escobar (2020) representa el fin directo de la pesquisa, en otras palabras, lo que se desea alcanzar para resolver la interrogante.

Por lo tanto, el propósito principal fue: Determinar la influencia de la gestión de ventas en la liquidez de la empresa consorcio farmacéutico Estrellafarma Sac, periodo 2022; y como objetivos específicos: i) Evaluar las políticas y planificación de ventas de la empresa; ii) Analizar la liquidez de la empresa; e iii) Identificar cuáles son los factores que generan una inadecuada gestión de ventas en la empresa.

Finalmente, la hipótesis explica la suposición que se encontrará al alcanzar el propósito de la indagación, pues se confía que la afirmación planteada será probada y se verifique si son ciertas o no (Bilbao y Escobar, 2020). Por lo tanto, se planteó así: Existe influencia significativa de la gestión de ventas en la liquidez de la empresa.

II. MARCO TEÓRICO

En trabajos investigativos internacionales se tiene en Ecuador, Arteaga y Molina (2022) en su artículo se enfocaron en estudiar a la gestión de ventas y la rentabilidad del concesionario Metrocar, empleando la tipología descriptiva con diseño no experimental transversal, utilizando así un cuestionario aplicado a los 30 colaboradores del concesionario específicamente a los encargados del área de venta a nivel nacional, contando con 22 preguntas de tipo Likert, teniendo como resultado de confiabilidad un 0.948 según coeficiente Alfa de Cronbach, en tanto según el coeficiente de Pearson se obtuvo que la relación es de 0.689. Es así que se ha encontrado que la administración de ventas tiene una relación significativa con la rentabilidad de las empresas, indicando así también que una gestión de ventas buena contribuye a incrementar los ingresos, por ende, a mejorar o mantener una buena salud financiera, adicional a ello contribuye a mantener una relación sólida con los clientes.

También, García (2021) en su tesis se propuso estudiar la gestión de ventas de una comercializadora de electrodomésticos del Cantón Pueblo Viejo, Ecuador su metodología fue con tipología cuantitativa y cualitativa, con un método descriptivo, se aplicó la encuesta mediante un cuestionario a los clientes frecuentes de la empresa, adicional a ello se aplicó la entrevista al gerente general de la empresa, lo cual se encontró que la empresa cuenta con una gestión de ventas deficiente, personal del área de ventas que no se encuentran capacitados para desarrollar una adecuada venta, la empresa no cuenta con capacitaciones internas para el personal, tampoco cuentan con pagos adicionales por logro de objetivos, no existe la planificación, políticas y procedimientos de ventas. Se concluye que la comercializadora tiene que orientarse a mejorar la gestión de ventas para que así se logre obtener una rentabilidad saludable y beneficiosa para la misma.

Caraguay (2021) en su tesis doctoral tuvo como propósito verificar la implicancia de las ventas a crédito en la liquidez de la empresa Ferrolight en el 2019, Loja Ecuador, tuvo un enfoque mixto, cuantitativo y cualitativo; se utilizó los instrumentos: encuesta, entrevista y análisis de datos, donde se aplicaron los ratios de liquidez y de rentabilidad. La encuesta y entrevista fueron aplicadas a todo el personal de la organización y el análisis se hizo a los estados financieros del periodo de estudio brindado por el gerente. De lo que se obtuvo que no se tienen

políticas de ventas establecidas y no se realizan capacitaciones al personal encargado de las ventas y cobranzas. En cuanto a la liquidez, aparentemente es bueno ya que cuenta con 2 dólares para cumplir con el pago de sus deudas, sin embargo, el tiempo promedio de cobranza excede al tiempo límite. A lo que se concluye, que las ventas a crédito afectan significativamente a la liquidez de la empresa.

Para finalizar, Andrade y Benites (2020) en su estudio, tuvieron como fin evaluar el impacto que genera el manejo de las Cuentas por cobrar (CXC) en la liquidez de Maritime Services Linedel Ecuador S.A; su metódica fue con tipología cuantitativa y cualitativa, de campo y sin experimentación, la población fue abordada por los 41 trabajadores de la compañía, de los cuales se seleccionaron 18 mediante el muestreo al azar, los mismos que fueron interrogados. Se encontró que, el 56% está en total desacuerdo con las políticas y rutinas de las consideraciones concedidas, para el 44% frecuente y ocasionalmente se da la recuperación de cartera en tiempos aceptables, el 56% considera que los clientes son buenos en el ámbito crediticio, el 56% está de acuerdo con el conocimiento de las funciones de cobro, para el 83% el medio de cobranza son las llamadas telefónicas y el 17% con mensajes de texto, para el 61% raramente se actualizan los datos de los clientes, para el 83% frecuentemente se le da el beneficio de convenio de pago, el 100% está totalmente de acuerdo que al implantar estrategias de cobro se mejorará la liquidez, la liquidez corriente fue de 2.327, la prueba ácida con 0.79, rotación de CXC con 2.57 veces. Concluyó que, el impacto es positivo.

Con respecto a los antecedentes nacionales, Jiménez (2023), en su tesis tuvo como fin establecer el impacto de la gestión de ventas sobre en un 59% y un 40% como medio. Se concluye que la gestión de ventas tiene la fidelización del cliente en la Hacienda Club SAC, Morales, la metodología empleada fue de tipo básica, correlacional y sin experimentación, la muestra la compusieron 75 clientes frecuentes de dicha empresa. A la muestra seleccionada se les aplicó dos encuestas las cuales fueron elaboradas según el fin del estudio, teniendo en cuenta las variables. En los hallazgos, el 63% de los encuestados piensan que el nivel en cuanto a la gestión de ventas es alto, sin embargo, un 3% lo califica en nivel bajo. En cuanto a la variable dos, la muestra ha calificado que el nivel es alto un impacto

positivo moderado sobre la fidelización del cliente según el análisis estadístico de Rho Spearman, se obtuvo 0.623, de relación entre ambas variables.

Moreno y Dueñas (2022) en su tesis tuvieron la finalidad de hallar la implicancia de la gestión de cuentas por cobrar en la liquidez de las comercializadoras de la región de Pasco; su metodología fue de ciencia aplicada, correlacional, sin experimentación, cuantitativa y transaccional; su población fue 131 propietarios de las firmas y la muestra 98, a quienes se les aplicó la encuesta. Se halló que, para el 44.9% se ha evaluado adecuadamente el crédito, las políticas de créditos para el 41.8% es alto, para el 43.9% los plazos son adecuados, para el 43.9% los medios de cobranza son idóneos, el 42.9% se tiene un plazo promedio adecuado de cobro, para el 44.9% se ha establecido la rebaja por pronto pago como política de cobro, el 44.9% acota que se cuenta con un adecuado capital de trabajo, para el 42.9% la liquidez corriente es adecuada, para el 45.9% lo mismo con la prueba ácida, para el 43.9% se ha mejorado la rotación de CXC. Se concluyó que, de acuerdo al correlacional de Pearson, existe influencia por tener una significancia de 0.042 y un valor de .998.

Barbagelata (2022) en su estudio se esmeró en describir la gestión de ventas que utilizada en KRB comunicación de Maynas, Loreto en el primer semestre 2022; para ello empleo la orientación científica cuantitativa no experimental de tipo descriptivo transversal; su población fueron los 12 miembros de la empresa, a ellos se le aplicó un cuestionario tipo Likert, donde se obtuvo como hallazgos el 71.1% de los encuestados están a favor de que la gestión de ventas es favorable, además se tuvo el resultado según coeficiente de Pearson, $r = 0,711$ respecto a la gestión de ventas en el desempeño económico de la empresa en el primer semestre del 2022. Con lo que se concluye que el impacto entre las variables estudiadas es alto y la gestión de ventas es buena, adicional a ello se identificó que existen estrategias y planificación para sus ventas lo que conlleva a cumplir con sus objetivos que se plantean cada medio año, es así que refiere que para poder lograr vender es necesario emplear la gestión de ventas.

Vílchez y Villanueva (2022) en su estudio se enfocaron a hallar el impacto que tiene las facturas pendientes en la disponibilidad de efectivo; su orientación fue cuantitativa, transversal, correlacional, descriptivo, no experimental, método hipotético-deductivo, la muestra censal fue compuesta por 21 trabajadores

relacionados con el tema y se empleó el cuestionario. Los resultados fueron que, el 52.4% calificó como bueno las condiciones de cobro, para el 57.1% el procedimiento es regular, el 85.7% acota como regular la evaluación al cliente, el 57.1% considera regular la revisión periódica, para el 61.9% la respuesta del cliente es buena, el 66.7% califica como mala las políticas de cobro, el 57.1% como regular al control de las CXC, el 90.5% considera como regular las medidas con los clientes morosos, el 91.9% considera como regular el nivel de liquidez actual, el 61.9% considera como buena la cabida de pago ante sus obligaciones y el 71.4% considera como regular los ratios financieros. Se llegó a finiquitar que el impacto es significativo mediante el Rho de Spearman por tener una aceptación de 0.000 y un valor del 97.0%.

Mantilla y Huanca (2020) en su artículo se esmeraron por encontrar la vinculación entre las facturas pendientes de recolectar con la liquidez de GF Alimentos del Perú S.A.C; para ello empleó la orientación científica básica de enfoque cuantitativo, descriptiva, de correlación y sin experimentación con una muestra de 36 EEFF mensuales del 2017-2019. Se encontró que, al analizar las razones financieras, se obtuvo como valores del Rho de Spearman que la rotación de las CXC con la razón corriente tuvo una sig. de 0.000 y un coeficiente de .602 siendo una conexión moderada, con la prueba ácida obtuvo la misma sig. Bilateral con un valor de .609. Concluyendo que existe unión y el manejo de las facturas de cobro afecta a las necesidades de corta caducidad.

Finalmente, Sinojara y Torres (2019) en su tesis quisieron encontrar la influencia de la gestión de ventas en la rentabilidad de EDIPESA, Tarapoto; fue una investigación de enfoque cuantitativo, sin experimentación y de nivel correlacional, 2 miembros de la empresa a quienes se le aplicó la entrevista conformaron la población, adicional a ello se usó la guía documental, dando como resultado que la gestión de ventas de la empresa es deficiente y esto ha afectado en su rentabilidad, siendo así que para el año 2016 se obtuvo un 7.18% de rentabilidad y para el siguiente esta disminuyó a 2.07%. Es así que se concluye que existe influencia de la gestión de ventas en la rentabilidad de la empresa.

Como precedentes regionales, Maguiña (2023) en su tesis tuvo como propósito hallar la conexión que tienen la gestión de ventas y el planeamiento estratégico en una empresa de computadoras en Lima, periodo 2022, fue una

investigación básica, sin experimentación y correlacional, 40 individuos participaron de la aplicación de la encuesta. Concluyendo que existe una significativa relación entre ambas variables, habiendo obtenido una correlación equivalente a 0,801

López (2022) en su investigación se esmeró por encontrar la relación que existe entre el planeamiento de mejora en las ventas con la liquidez de las microempresas comercializadoras de Lima, su metodología tuvo enfoque cuantitativo, correlacional transversal, contó con una población de 30 personas quienes formaron parte de la muestra siendo 25 del área de ventas y 5 administrativo, a quienes se les aplicó la encuesta con su instrumento cuestionario con escala de Likert. Los resultados fueron, el 55% de los encuestados manifestaron que la empresa vende siempre al contado, el 35.2% afirma que solo algunas veces se emplean estrategias de ventas, el 46.7% indica que las capacitaciones son algunas veces, en cuanto a liquidez el 57% afirmó que casi nunca cuenta con la cantidad suficiente para poder cumplir con el pago de sus deudas y la correlación obtenida según Rho de Spearman fue 0,521. Se concluye que la conexión entre las variables es positiva media.

En tanto, Ballona et al. (2022) en su tesis quiso establecer la implicancia de la gestión de cobranza sobre la liquidez de S&C SAC, Lima, su orientación fue de carácter cuantitativo, descriptivo-correlacional, aplicada, no experimental, población de 14 colaboradores de S&C y una muestra de 12 de ellos, los mismos que fueron encuestados. Los hallazgos fueron que, para el 50.0% el plan de estas es correcta y oportuna, para el 50% la gestión es deficiente y conoce el cómputo de la liquidez y cree que está en un buen nivel y el 41.7% está de acuerdo que la liquidez ayuda al logro de sus metas; la conversión de efectivo con 11.89%, la liquidez general con 1.572 y 2.08, prueba ácida con 0.999 y 1.354, la defensiva con 0.323 y 0.682 y el capital de trabajo con S/ 664,345.12 y S/ 1,168,639.61. Se concluyó que existe incidencia con una sig. De 0.015 y un valor de 0.681.

Así también, Salas (2021) en su tesis quiso establecer el vínculo que existe entre el marketing de contenidos y la gestión de venta de la empresa comercializadora OXSA S.A.C de Los Olivos, Lima; orientándose con un enfoque cuantitativo, con tipología básica sin experimentación, transversal. La población se constituyó por 70 clientes de la empresa, quienes fueron participes de la encuesta a través de un cuestionario, es así que como hallazgos se ha encontrado que la

marca y la gestión de ventas obtuvieron según $Rho = 0,609$, es decir, existe relación moderada, para los medios sociales y gestión de ventas se obtuvo según $Rho = 0,895$, es decir, la relación es alta, y por último dando cumplimiento al objetivo general según $Rho = 0,884$ de relación entre el marketing de contenidos y la gestión de ventas. Se infiere que el vínculo entre ambas variables es de alto grado.

Finalmente, Gonzales y Rivera (2020) en su investigación, se esmeraron por establecer la gestión de ventas que aplica la entidad farmacéutica GR Carmañola S.A.C. periodo 2019 en el distrito de Villa El Salvador, el tipo empleado fue descriptivo sin experimentación con corte transversal. Se tuvo como muestra a 8 trabajadores que pertenecen al área de ventas, a los mismos que se les aplicó la encuesta, la información obtenida en el cuestionario fue analizada mediante el software SPSS. Se obtuvo que la mitad de los encuestados definen al control de ventas eficientes solo a veces y sólo la cuarta parte la califica como eficiente siempre. Se concluye, la empresa cuenta con una mala gestión de ventas, porque no tiene una óptima planificación de ventas, se cuenta con estrategias de ventas que no son eficientes, los colaboradores no cuentan con capacitaciones para poder mejorar sus habilidades, esto ha conllevado que la empresa disminuya sus ventas de manera notoria.

Referente a variable gestión de ventas, para Gitman (1982) gestión es una función importante para el término financiero, pues se basa en planificar, organizar, dirigir y monitorear las actividades con el fin de que se obtengan buenos resultados en las organizaciones.

Ventas, es el proceso que se sigue en las organizaciones para poder incentivar a los compradores a adquirir los productos o servicios que ofrecen, es vital para poder lograr obtener ingresos que aportaran a la salud financiera de las mismas. (Mejía, 2022)

Gestión de ventas, Anderson et al. (2020) hace referencia a la agrupación de actividades y técnicas que adaptan las empresas con el fin de mejorar su gestión de ventas, estas actividades abarcan desde la planeación de las ventas hasta el análisis y seguimiento de las mismas, teniendo como fin maximizar e incrementar sus ventas.

Se pronuncian también, Dugan et al. (2020) indicando que una buena gestión de ventas es la que considera la adaptación de técnicas y estrategias que conlleven a incrementar las posibilidades de ventas.

La capacitación del personal de ventas es importante, debido a que un personal capacitado va a poder brindar una buena atención al consumidor, ya que podrá resolver cualquier inquietud que se le presente, brindando así una información útil que genere la satisfacción del cliente (Qingmin, 2022).

La decisión de comprar de los clientes, tiene una relación importante con los proveedores de las empresas, puesto que al contar con proveedores que cumplan la necesidad de los clientes es fundamental, es por eso que los gerentes deben mantener una relación sólida con ellos (Holmes et ál., 2019).

En cuanto a la variable liquidez, Zambrano et al. (2021) la definen como un indicador de solvencia que tiene un impacto importante en la rentabilidad de las entidades y habla de la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones.

Así también Cosimo (2023) hace referencia a la liquidez y la define como un papel importante en la empresa, debido a que tener una liquidez saludable contribuirá a poder invertir en programas de gestión financiera para mejora de la empresa.

Los indicadores financieros, son aquellas herramientas que les permite a la empresa conocer su situación financiera, para sí poder tomar decisiones respecto a la empresa. (Balarezo, 2019)

Para Çötelioglu et al. (2021) señalan que el fondo de cobertura tiene mayor relación con la liquidez, debido a que estos fondos se colocan de manera restringida en las cláusulas de apalancamiento, déficit del activo, por lo que se expresa como alteración intensa en cuanto al agotamiento de liquidez.

El capital de trabajo es la cabida que tienen las compañías para poder operar con sus activos corrientes a corto plazo, es decir, es el recurso con el que cuenta la empresa para obtener un nivel de liquidez favorable (Simamora y Hendarjatno, 2019).

Respecto al capital de trabajo también se pronuncian Burney et al. (2021), quienes lo definen como fundamental para el crecimiento de la empresa, es por ello que se debe realizar un óptimo manejo.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación:

La tipología básica está conformada por teoría y tiene como finalidad obtener nuevos conocimientos teóricos, sin la necesidad de aplicar procedimientos prácticos dentro de la investigación (Castro et ál., 2023).

Es así que, en esta averiguación se ha propuesto encontrar la influencia de la gestión de ventas sobre la liquidez en Estrellafarma SAC, teniendo como referencia las investigaciones ya existentes y la aplicación de los instrumentos creados por el investigador, sin necesidad de llevar la investigación a la práctica.

Vinayak y Mousami (2019) manifiestan que el enfoque cuantitativo se basa en grandes mediciones de las características de las variables, por lo que para obtener instrumentos derivados y con ello concluir algo es necesario el uso de material estadístico, además de los instrumentos y las técnicas utilizadas.

Ante ello, se ha utilizado este enfoque porque se ha medido el nivel de cada dimensión de la gestión de ventas y de liquidez por medio de la opinión de los encuestados que se han presentado mediante porcentajes y el grado de implicancia.

3.1.2. Diseño de investigación:

- En el diseño no experimental – transeccional no se manejan cambios en el comportamiento de los componentes evaluados; y cortarlo depende de la recopilación de datos, en este caso ocurre solo una vez (Arias y Covinos, 2021). Por lo tanto, para la investigación se utilizó este diseño porque ha constado sólo en medir el nivel de afectación que tiene la administración de las ventas sobre la disponibilidad de efectivo a corto plazo en Estrellafarma SAC, sin manipular los datos brindados.
- Carhuancho et al. (2019) indican que el nivel descriptivo – correlacional tienen como fin la medición de la vinculación de las variables mediante la aplicación de técnicas, las cuales se investigan para alcanzar el objetivo. En base a ello es que se ha empleado este nivel, puesto que ha permitido encontrar la relación entre ambas variables, sin necesidad de manipularlas.

Por ello, se presenta bajo la siguiente representación:

$$M=Ox \ R \ Oy$$

Donde:

M: son los trabajadores de ESTRELLAFARMA SAC

O: observación

X: gestión de ventas

Y: liquidez

R: relación

3.2. Variables y operacionalización

Variable independiente: Gestión de ventas

- **Definición conceptual:**

Según Gonzales y Rivera (2020) es una secuencia de actividades de procesos que se siguen para lograr una venta exitosa y con satisfacción del cliente.

Así también la gestión de ventas implica el desarrollo de ciertas habilidades, implementando así estrategias efectivas y asignando competencias para incrementar los niveles de ventas y así mismo generar mayores beneficios financieros, estas estrategias engloban distintas actividades que abarcan desde la segmentación de mercado hasta la fijación del precio (Chalupa et al., 2021)

- **Definición operacional:**

Se empleó la entrevista la cual fue realizada al director general de la empresa de estudio.

Así mismo se aplicó la encuesta a los 6 colaboradores del consorcio y las preguntas respecto a esta variable estuvieron comprendidas desde ítem 1 al 12.

Las **dimensiones** de esta variable fueron: las políticas de ventas, planificación de ventas y fuerzas de ventas.

La **primera dimensión**, políticas de ventas, es uno de los factores de la administración de las ventas, desempeñan un papel fundamental en las organizaciones, debido a que se establecen directrices respecto a la manera de cómo se llevan a cabo los métodos dentro de la organización. Abarcan lineamientos que funcionan como una hoja de ruta que ayuda a dar cumplimiento a los fines de la empresa en el área comercial (Gonzales y Rivera, 2020). Según Plácido et al. (2021) define a las políticas de ventas como las directrices que la empresa establece para llevar a cabo un proceso de venta, las cuales son diseñadas

teniendo en cuenta las características que consideren esenciales las empresas, entre los aspectos que abarcan se consideran, tipo de ventas, descuentos y plazos de crédito. A esta dimensión se le asignó **tres indicadores**: el precio de venta, disponibilidad de los productos y ofertas para el público.

Por la **segunda dimensión**, planificación de las ventas implica una secuencia de pasos que están interconectados entre sí, y deben de seguir un orden para poder dar cumplimiento a los objetivos de la empresa, teniendo resultados exitosos, es posible que durante la ejecución de estos pasos hayan desvíos respecto a los objetivos, es por eso que es esencial que se cuenten con herramientas efectivas de control, y colaboradores aptos y capacitados para la supervisión de la realización de estos pasos establecidos (Gonzales y Rivera, 2020). Además, sus **indicadores** fueron tres: objetivos de la empresa, estrategias de ventas y control de ventas.

Como **tercera dimensión**, la fuerza de ventas, Gonzales y Rivera (2020) la define como el recurso humano que realiza la función de generar ventas de manera efectiva y eficaz, logrando concretarse la venta, es así que el recurso humano es considerado un factor vital para las empresas, debido que estas para mantenerse en el mercado deben de obtener una salud financiera saludable, siendo así sus **indicadores** la selección del personal, las capacitaciones al personal y los incentivos al personal.

Variable dependiente: Liquidez

- **Definición conceptual:**

Es la cabida que alcanza la organización para poder disponer de dinero para cancelar los deberes pendientes iguales o inferiores a un año (Solórzano y Váscenez, 2021).

De igual forma, Houng y Andros (2020) aseveran que los indicadores de este elemento financiero dependen de la frecuencia en que se mide y que constituyen una fuente de información crucial para el crecimiento de la organización y por ello su discernimiento y aplicación depende de todas las operaciones ejecutadas en la organización para que se mida correctamente y permita determinar la situación real de la empresa que se está evaluando en periodo determinado.

- **Definición operacional:**

Se ha empleado el análisis documental en donde los estados financieros del año 2021 y 2022 han sido el objeto de estudio. Adicional a ello, se aplicó la encuesta a los 6 trabajadores, y los ítems comprendidos son del 13 al 24.

Las **dimensiones** de esta segunda variable fueron dos: a) ciclo de conversión del efectivo, el cual determina el lapso que se cobra el bien o servicio, en el cual se requiere de los valores, de los días de rotación de los inventarios, de las facturas incompletos y pago para obtener el total de días que se transforma en dinero líquido (Solórzano y Vásconez, 2021).

Los tres elementos necesarios: la rotación de inventarios son los días que se remite la mercancía al ser vendidos, la de las cuentas por cobrar son los días de los cobros efectuados y los pagos es similar que la precedente, pero en referencia a los proveedores (Osadchy et al., 2018).

Tabla 1

Elementos del ciclo de conversión de efectivo

Elemento	Fórmula	Resultado
Rotación de inventario	$\frac{\text{Inventario promedio}}{\text{Ventas}}$	Días
Periodo promedio de CXC	$\frac{\text{Cuentas por cobrar}}{\text{Ventas}}$	Días
Periodo promedio de CXP	$\frac{\text{Compras}}{\text{Cuentas por pagar}}$	Días

Nota. Datos tomados de la revista European Research Studies Journal (2023).

De esta primera dimensión se consideró **3 indicadores**, como: días de inventario, días de cuentas por cobrar y días de cuentas por pagar

Y b) ratios, que son el conjunto de ratios del bloque de la liquidez que consta en cuatro operaciones, las mismas que miden la cobertura que tienen los compromisos pendientes y no tener complicaciones futuras (Solórzano y Vásconez, 2021). Asimismo, Neneng et al. (2020) acotan que estos índices representan la pericia de acopiar y derogar los compromisos circulantes y sin presentar inconvenientes para una determinada organización y en lapso fijado.

Para Pizzán et al. (2021) son cuatro índices de liquidez: la corriente es lo que posee de bienes la firma por cada sol de adeudo, la severa hace mención a la anterior, pero con la eliminación de los inventarios, la absoluta es solo el dinero de

caja y del banco sobre la deuda y el capital de trabajo es la cuantía requerida para seguir maniobrando al siguiente año.

Tabla 2

Razones financiera de la liquidez

Ratio	Fórmula	Resultado
Liquidez corriente	$\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$	% o S/
Prueba ácida	$\frac{\text{Activo Corriente-Mercaderías}}{\text{Pasivo Corriente}}$	% o S/
Prueba absoluta	$\frac{\text{Efectivo}}{\text{Pasivos corriente}}$	% o S/
Capital de trabajo	Activo Corriente-Pasivo Corriente	S/

Nota. Datos tomados de Sapienza: Revista Internacional de Estudios Interdisciplinarios (2023).

Además, **sus indicadores** fueron 4, los cuales se detallan a continuación; liquidez corriente, prueba ácida, prueba absoluta y capital de trabajo.

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población

Forma parte del universo de investigación, el mismo que incluye a los sujetos o personas que se estudian, estos elementos coinciden con la característica de medición que será determinada por el estudio. (Carhuancho et al., 2019).

En este caso, la población estuvo conformada por los empleados del consorcio farmacéutico Estrellafarma Sac, siendo un total de seis trabajadores.

- **Criterios de inclusión:**

Los trabajadores que se encuentren laborando en consorcio farmacéutico Estrellafarma Sac.

Los que se encuentren dispuestos a participar de la encuesta.

Los que tengan conexión con la gestión de ventas y liquidez.

- **Criterios de exclusión:**

Los que ya dejaron de trabajar en la empresa.

Los que no se encuentren dispuestos a participar de la encuesta.

Los que desconozcan de la gestión de ventas que se viene realizando.

3.3.2. Muestra

Es la población obtenida luego de criterios de inclusión, exclusión y muestreo; este subconjunto proporciona todos los datos de los resultados (Arias y Covinos, 2021).

Por lo tanto, la muestra censal la constituyeron los seis colaboradores de Consorcio Farmacéutico Estrellafarma Sac, los cuales se detallan:

Tabla 3

Población

Oficina	N. ° de trabajadores
Gerencia general	1
Área administrativa	1
Área de contabilidad	1
Área de ventas	3
Total	6

Nota. Elaboración propia (2023)

Además, los estados financieros de los años 2021 y 2022.

3.3.3. Muestreo

El muestreo probabilístico intencional es una estrategia que consta en elección de la muestra, el tipo censal se da cuando se escoge a toda la población como muestra debido al alcance del estudio y de la disponibilidad de la población por no tener diferencias (Carhuancho et al., 2019).

Es así que se empleó el muestreo no probabilístico intencional, ya que se seleccionó según juicio del investigador para considerar a los participantes y documentos empleados en esta investigación.

3.3.4. Unidad de análisis

Es cada componente de la muestra, es decir, hace referencia a cada objeto o individuo del cual se reúnen los datos (Carhuancho et al., 2019).

En este estudio, la unidad de análisis ha sido cada trabajador de consorcio farmacéutico Estrellafarma Sac a los que se les encuesta, y los estados financieros que sirvieron como objeto de análisis.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas son las estrategias utilizadas para recolectar información que dependen de la naturaleza de la investigación, mientras que los instrumentos son

los objetos que proporcionan las técnicas para lograr los resultados de la investigación (Arias y Covinos, 2021).

La técnica de la **encuesta** es la estrategia que se aplica a un grupo de personas para obtener información relevante y medible, el cual consta de la aplicación de las preguntas seleccionadas (Feria et al. 2020). Debido a ello, es que se aplicó la encuesta a la muestra determinada para obtener información sobre el entorno de la gestión de ventas y liquidez bajo la percepción de los trabajadores de Estrellafarma, la cual arrojó la calificación alta que fueron las frecuencias de las dimensiones y variables. Esta técnica se ha aplicado para poder dar cumplimiento al objetivo general que fue hallar la influencia de la gestión de ventas en la liquidez, la cual implicó ser utilizada para ambas variables.

Otra técnica empleada es la **entrevista**, la cual sirve para obtener datos más precisos de lo que se está investigando, ya que con su instrumento la ficha de entrevista se logra tener una conversación fluida con el entrevistado para encontrar los hallazgos relevantes (Feria et al. 2020). Esta técnica fue usada para analizar la variable independiente, gestión de ventas, ayudando así a dar cumplimiento a los objetivos específicos I y III.

Asimismo, se empleó el **análisis documental**, porque es una técnica secundaria en el que se obtienen datos del objeto de estudio para ser analizados y/o comparados bajo una ficha documental (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018). El uso de esta técnica sirvió para dar cumplimiento al análisis de la segunda variable, la variable dependiente, es decir, la liquidez logrando así dar cumplimiento al objetivo específico II.

En cuanto al instrumento utilizado en la primera técnica, fue el **cuestionario**, el cual da respuesta al con qué se obtienen los datos, este puede ser físico o virtual de acuerdo al alcance del investigador y tiene estructuradas las interrogantes por cada indicador (Feria et al., 2020).

Respecto a la segunda técnica se utilizó la **ficha de entrevista**, es una herramienta metodológica que sirve de ayuda para recolectar datos por medio de la aplicación. (Feria et al., 2020).

Respecto a la tercera técnica se usó la **ficha documental**, la cual buscó identificar el objeto de estudio, utilizando información relevante de la empresa como

lo son los estados financieros de consorcio farmacéutico Estrellafarma SAC, en los períodos 2021-2022.

Según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) el instrumento debe de contar con dos criterios, la validez que es el nivel de precisión que el cuestionario mide, lo que procura medir; un tipo es la validez de juicio de expertos que se trata del conocimiento de los especialistas en la materia y la confiabilidad que demuestra la calidad de confianza que tiene el cuestionario, depende del Alfa de Cronbach que valoriza la capacidad del instrumento para derivar hallazgos congruentes y convenientes, en función a la estadística.

Teniendo como referencia las definiciones mencionadas anteriormente, es que se optó por utilizar la **encuesta**, como medio de recolección de datos. Su instrumento fue el **cuestionario** la cuales estuvieron segmentadas bajo la escala ordinal y las categorías de Likert, siendo un total de 24 preguntas, en donde las primeras 12 preguntas están relacionadas con la gestión de ventas y las 12 siguientes con la liquidez.

Así también, se utilizó la **entrevista** como segunda técnica, con su instrumento **ficha de entrevista**, la cual ha contado con 12 preguntas, que ha sido aplicada al gerente general de la empresa, la cual ha permitido tener una visión más óptima del porqué ocurrió esta problemática en la empresa.

Así mismo, se consideró utilizar el **análisis documental** y su instrumento **ficha documental**, en donde se contó con los estados financieros de los periodos 2021 y 2022, para ello se ha realizado una comparación de la información financiera de Estrellafarma SAC para detectar la liquidez de los periodos 2021 y 2022, a través del uso de los ratios financieros de liquidez.

En cuanto a la **validación** de los instrumentos mencionados, lo realizaron los docentes que cuenta con la experiencia y capacidad adecuada para poder validar y dar la aprobación para ejecutar estos instrumentos, con el grado de Magíster: Barreto Niño Emilio Wilmer, Collantes Palomino Hugo Yvan y García Vera Waldemar Ramón.

Para la obtención de la **confiabilidad** de los instrumentos descritos, se aplicó el coeficiente Alfa de Cronbach, el cual fue calculado por el Software SPSS, en donde se obtuvo como resultado 0,925, siendo esta una escala muy confiable, indicando así que las preguntas que están siendo usadas se encuentran altamente

relacionadas, teniendo una consistencia interna muy fuerte y existe una coherencia interna significativa entre las preguntas incluidas para la evaluación realizada.

Tabla 4

Alfa de Cronbach, resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	6	100.0
	Excluido ^a	0	0.0
	Total	6	100.0

Nota. Datos obtenidos del Software SPSS (2023).

Tabla 5

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.925	24

Nota. Datos obtenidos del Software SPSS (2023).

3.5. Procedimientos

Esta investigación ha permitido identificar que la problemática que aqueja a la empresa consorcio farmacéutico Estrellafarma Sac, es la gestión de ventas, tras haber tenido una conversación con el representante legal el señor Edilson Marin Flores, seguido de ello se le solicitó las autorizaciones correspondientes para poder ejecutar la investigación, cuyos formatos fueron brindados por el docente asesor, según formato UCV.

Es así que se realizaron las investigaciones previas para tener una perspectiva de la bibliografía que guarden relación con las variables de estudio, se realizó la búsqueda en bases de datos confiables: Biblioteca MyLOFT, Scielo, Scopus, Redalyc, EbscoHost, ProQuest y Google académico.

Así mismo, para la selección de la muestra se aplicó el muestreo no probabilístico – intencional, lo cual conlleva a que se conforme por los seis trabajadores de la empresa incluyendo al gerente general, ya que por los puestos que ocupan tienen conocimiento de la ejecución de ventas que se realiza en la organización, además se tomaron los estados financieros 2021 y 2022 que han permitido realizar el análisis financiero de la empresa.

Para la recolección de datos se emplearon la encuesta, entrevista y análisis de documentos con instrumentos adecuados, es así como para la variable independiente, gestión de ventas, se empleó la ficha de entrevista, para la variable dependiente, liquidez, se utilizó la ficha documental, y para hallar la correlación de ambas variables se utilizó el cuestionario, el cual se ha medido por el coeficiente de Pearson.

Todo lo mencionado se aplicó con la intención de que la información que ha sido recolectada dé cumplimiento a los objetivos e hipótesis mencionados en el primer capítulo.

3.6. Métodos de análisis de datos

Se ha considerado el método del estadístico del SPSS, que es un programa estadístico aplicable para la contabilidad, de este se han obtenido los datos de confiabilidad, las tablas de frecuencias, la prueba de normalidad y la constatación de las hipótesis mediante el indicador de correlación; por ello su inclusión fue necesaria y relevante para las derivaciones.

Como se tuvo como instrumento al cuestionario para hallar la correlación de ambas variables se ha empleado el uso del coeficiente de Pearson, el cual ha sido calculado en el mismo Software estadístico SPSS.

Además, se tuvo como instrumento el análisis documental, para esto se empleó el uso del Excel, lo cual ha permitido realizar el cálculo de los ratios de liquidez, haciendo uso de la información previamente brindada por la empresa.

En cuanto a los instrumentos se validaron por los especialistas, Mg. Barreto Niño Emilio Wilmer, Mg. Collantes Palomino Hugo Yvan y Mg. García Vera Waldemar Ramón.

3.7. Aspectos éticos

Este trabajo ha sido analizado de manera responsable, honesta y respetuosa, tomando en cuenta los aspectos éticos emitido por el Código de ética en investigación de la Universidad César Vallejo:

Considerando el principio ético de la **no maleficencia**, esta investigación se desarrolló evitando causar daño alguno tanto a los participantes como a la organización, para ello es que se solicitó su consentimiento, además se asegura la confidencialidad de los datos.

En cuanto a la **autonomía**, se señala que el personal seleccionado fue respetado y se promovió la capacidad para que actué de acuerdo a su voluntad en la toma de decisiones en cuanto a la participación en esta investigación.

Asimismo, se destacó que todas las personas han sido tratadas de manera equitativa y justa para la participación de esta investigación, haciendo así cumplir el principio de la **justicia**.

Finalmente, se menciona la aplicación del aspecto de la **beneficencia** donde se garantizó que la investigación se realice de manera ética y rigurosa, siendo así evaluados los riesgos con el fin de disminuirlos.

IV. RESULTADOS

Para poder obtener los datos se hizo la recopilación de la información de la empresa, es así como se pudo seleccionar la información necesaria que sirvió para realizar un adecuado análisis, por lo que hizo el uso de las técnicas de la encuesta, entrevista y análisis documental, estas se aplicaron a través de sus instrumentos respectivamente. Es así que los resultados serán plasmados según el orden de los objetivos previamente planteados:

Objetivo general:

Determinar la influencia de la gestión de ventas en la liquidez de la empresa consorcio farmacéutico Estrellafarma SAC, periodo 2022 y al mismo tiempo demostrar la hipótesis planteada.

Para poder obtener estos resultados se aplicó el coeficiente de Pearson, el cual sirve para poder determinar la correlación de ambas variables, la cual se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 6

Nivel de influencia utilizando el coeficiente de Pearson

		Correlaciones		
			Gestión De Ventas	Liquidez
Correlación de Pearson	Gestión De Ventas	Correlación de Pearson	1	,901*
		Sig. (bilateral)		0.014
	N	6	6	
Liquidez	Correlación de Pearson	,901*	1	
	Sig. (bilateral)	0.014		
N		6	6	

Nota. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral); SPSS (2023).

Interpretación

Tras la aplicación del Coeficiente de Pearson se pudo observar que la influencia de la gestión de ventas sobre la liquidez de la empresa es significativa, obteniendo 0,901 lo que significa que la correlación es positiva y muy fuerte entre ambas variables, con un nivel de significancia estadística de 0,05 (bilateral), lo que permite confirmar que existe un efecto significativo entre las variables.

De igual manera el resultado obtenido, sostiene la hipótesis abordada al inicio del estudio, es decir, existe influencia significativa de la gestión de ventas en la liquidez de la empresa.

Objetivos específicos

Objetivo específico 1

Evaluar las políticas y planificación de ventas de la empresa

Para dar cumplimiento al primer objetivo específico se aplicó el instrumento de la entrevista dirigida al gerente general.

Adicional a la entrevista se aplicó un cuestionario de 24 interrogantes a los 6 trabajadores teniendo en cuenta que ellos están directamente relacionados con las ventas y el rendimiento de la empresa, del total de las preguntas del 1 al 12 están relacionadas a la gestión de ventas, es así que se ha tomado los siguientes datos:

Dimensión 1: Políticas de ventas

Tabla 7

Evaluar las políticas de ventas de la empresa

N°	INTERROGANTE	RESPUESTA
POLÍTICAS DE VENTA		
1	¿La empresa cuenta con políticas de ventas para la fijación del precio? Mencíónelas.	No tenemos las políticas de ventas establecidas, lo que venimos desarrollando son ciertos procedimientos para establecer el precio de los productos, así como: Tener en cuenta el costo al que lo compramos, viendo que haya un margen de ganancia considerable, pero teniendo en cuenta que nuestros precios sean competitivos con las demás boticas.
2	Desde su perspectiva, ¿La disponibilidad de productos influye en las ventas	Sí, el contar con variedad y cantidad de productos es vital para fidelizar a nuestros clientes, si pensamos como tales nos damos cuenta de que es mejor conseguir todo lo que buscamos en un sólo lugar a tener que ir de botica en botica, así ahorramos tiempo e incluso dinero. Y considero que la botica actualmente no cuenta con la diversidad que el cliente exige.
3	¿Considera que las promociones y ofertas que tienen, es competitiva en el mercado? Fundamente su respuesta.	Pues en estos dos últimos años no hemos manejado tantas ofertas, debido a que nos hemos enfocado en recuperar cierto monto ya invertido, creo que esta es una razón por

la cual nuestro stock ha aumentado y las ventas bajaron, pero es que, al analizar la situación del 2022, se nos dificulta aplicarlas.

Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la entrevista aplicada (2023).

Análisis e interpretación:

De las respuestas obtenidas tras la entrevista aplicada al gerente general, respecto a las políticas que tiene la empresa, se ha identificado que la empresa no cuenta con políticas de ventas establecidas, pero que sin embargo, llevan a cabo ciertos procedimientos que le permiten establecer sus precios, lo cual es favorable para para la empresa porque antes de fijar precios, analizan el mercado dedicado al mismo rubro y permite entrar a la competencia, sin embargo, esto no es suficiente para asegurar que se lleve una correcta gestión de ventas. Otra política que se ha considerado es la disponibilidad de productos, el gerente señala desde punto de vista como cliente es satisfactorio encontrar todo lo que se busca en un solo lugar, y al parecer esto es lo que viene jugando en contra porque no hay variedad de productos. Las ofertas son importantes para atraer al cliente, sin embargo, el gerente indica que no esto no se ha podido dar a su totalidad, lo que puede haber hecho que el cliente opte por otros negocios, generando así una pérdida de clientes lo cual conlleva a que las ventas disminuyan considerablemente.

1. ¿Considera importante emplear políticas para determinar el precio de sus productos?

Tabla 8

Política de precio

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
En desacuerdo	0	0.0%
Indeciso	0	0.0%
De acuerdo	2	33.3%
Totalmente de acuerdo	4	66.7%
TOTAL	6	100%

Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada (2023).

Análisis e interpretación:

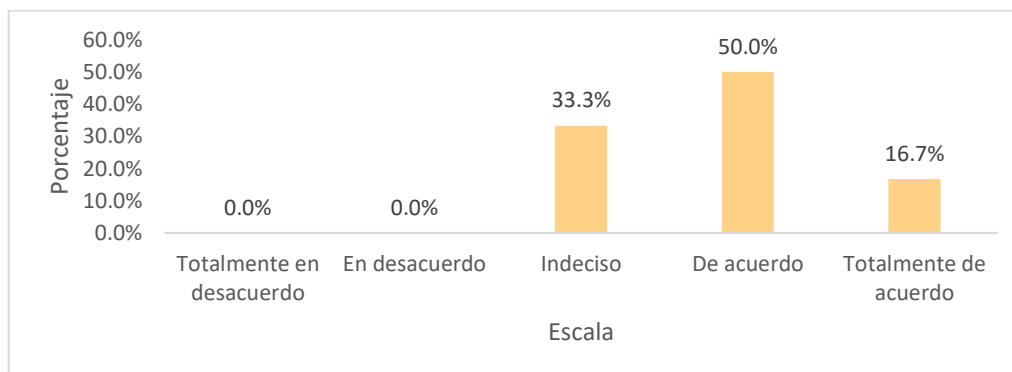
La gran parte de los colaboradores se encontraron totalmente de acuerdo con la importancia de emplear políticas para determinar el precio de los productos, sin embargo, tomando como antecedente las respuestas del gerente donde indica

que la empresa no cuenta con políticas establecidas, lo cual indica que la empresa debería de implementar políticas que sean claras y entendibles para sus trabajadores.

4. ¿Se tienen establecidas estrategias para gestionar la disponibilidad de los productos?

Gráfico 1

Estrategias aplicadas para gestionar la disponibilidad de productos



Nota. El gráfico representa la opinión de los colaboradores de Estrellafarma. Elaboración propia, con datos de la encuesta aplicada (2023).

Análisis e interpretación:

La mitad de los encuestados consideraron que, si se está teniendo estrategias para el manejo de la disponibilidad de los productos, mientras que menos de la mitad se encuentran indecisos, de lo que se puede identificar que, si cuentan con estrategias que de cierto modo se emplea para tener un buen manejo de lo mencionado, sin embargo, estas no están siendo eficientes es así que la empresa debería de implementar nuevas estrategias para asegurar un buen rendimiento en cuanto a las ventas.

5. ¿Considera que las ofertas son efectivas para el incremento de las ventas?

Tabla 9

Las ofertas en las ventas

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	16.7%
En desacuerdo	1	16.7%
Indeciso	0	0.0%
De acuerdo	3	50.0%
Totalmente de acuerdo	1	16.7%
TOTAL	6	100%

Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada (2023).

Análisis e interpretación:

Los resultados obtenidos mostraron que más de la mitad de los trabajadores consideran que las ofertas son efectivas para incrementar las ventas, lo que sugiere que la empresa utilice las ofertas como una estrategia de ventas, y así estas podrían incrementarse, ya que atraerán a más clientes.

Dimensión 2: Planificación de ventas

Tabla 10

Evaluar la planificación de las ventas

N°	INTERROGANTE	RESPUESTA
PLANIFICACIÓN DE VENTA		
4	¿Considera que los objetivos de la empresa son claros, y sus colaboradores están comprometidos con ellos?	Considero que los actuales colaboradores, desde el equipo de ventas hasta mi persona conoce cuál es nuestro objetivo, y si son claros, respecto a su desempeño, pues son personas que cuentan con habilidades y las vienen aplicando, creo que hace falta emplear capacitaciones para reforzar el tema de las ventas y explotar esas habilidades.
6	¿Se cuenta con medios de pagos innovadores que faciliten la compra de los clientes? Menciónelos.	Sí, las nuevas generaciones e incluso nosotros vemos que las billeteras digitales nos facilitan las compras, es por eso que ya hemos implementado el pago por Yape, Plin, transferencias a las cuentas de la empresa.
7	¿Cuál es el proceso que llevan a cabo para el control de las ventas?	Contamos con nuestra base de datos, donde tenemos registrados a nuestros clientes. Además, diariamente tenemos un reporte de las ventas obtenidas.

Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la entrevista aplicada (2023).

Análisis e interpretación:

De las respuestas obtenidas, se pudo reconocer que los trabajadores tienen conocimiento del principal objetivo y trabajan en equipo para poder lograrlo, sin embargo, el gerente menciona que la empresa no cuenta con capacitaciones para mejorar la gestión de las ventas, lo cual es una debilidad. Para el pago de las ventas se cuenta con las billeteras digitales, esto favorece a la empresa, porque es lo que más se viene usando actualmente, sin embargo, la empresa debería de fortalecer estos medios de pagos con el uso de Izipay. La empresa cuenta con una base de datos de sus clientes, pero aún no han reforzado esto con un Software CRM que facilita y permite tener un mejor control de las ventas.

9. ¿Se cuenta con un Software que facilite el control de las ventas?

Tabla 11

Seguimiento de las ventas

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
En desacuerdo	5	83.3%
Indeciso	0	0.0%
De acuerdo	0	0.0%
Totalmente de acuerdo	1	16.7%
TOTAL	6	100%

Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada (2023).

Análisis e interpretación:

Cinco de los encuestados, señalaron que la entidad no cuenta con un SOFTWARE para el seguimiento de las ventas, lo que es desfavorable para poder ejecutar una buena gestión de ventas, ya que el Software permite tener una mejor relación con los clientes.

Objetivo específico 2

Analizar la liquidez de la empresa

Para poder dar cumplimiento al segundo objetivo específico, se empleó el análisis documental teniendo como base los estados financieros de los periodos 2021 y 2022, haciendo uso de las ratios de liquidez, adicional a ello se ha considerado utilizar dos ratios de rentabilidad, haciendo uso de las fórmulas de Margen de Utilidad Bruta y Margen de Utilidad Neta.

Adicionalmente a ello se realizó la encuesta a los 6 trabajadores de la empresa, teniendo en cuenta que las preguntas del 13 al 24 están relacionadas con la variable liquidez.

Dimensión 1: Ratios financieros

Tabla 12

Liquidez General

	Datos		Liquidez General
	Activo corriente	Pasivo corriente	
2021	S/ 164,054.00	S/ 9,632.00	17.03
2022	S/ 210,790.00	S/ 40,143.00	5.25

Nota. Elaboración propia con datos brindados por la empresa (2023).

Análisis e interpretación:

Para el año 2021 la empresa contaba con una liquidez alta y sólida para afrontar sus obligaciones, pero en el año 2022 la liquidez ha disminuido notablemente, sin embargo, esta sigue siendo mayor a 1, indicando de que aún cuenta con capacidad, pero que es menor a comparación del año anterior.

Tabla 13

Prueba ácida

	Datos			Prueba ácida
	Activo corriente	Pasivo corriente	Mercadería	
2021	S/ 164,054.00	S/ 9,632.00	S/ 135,482.00	2.97
2022	S/ 210,790.00	S/ 40,143.00	S/ 203,545.00	0.18

Nota. Elaboración propia con datos brindados por la empresa (2023).

Análisis e interpretación:

Se pudo identificar que en el 2021 la empresa contó con una capacidad alta para afrontar sus obligaciones, sin embargo, para el 2022 la empresa tiene una disminución significativa, obteniendo una capacidad limitada en cuanto, lo que representa las dificultades que tiene la empresa para cumplir sus obligaciones.

Tabla 14

Prueba absoluta

	Datos		Prueba absoluta
	Efectivo	Pasivo corriente	
2021	S/ 28,572.00	S/ 9,632.00	2.97
2022	S/ 5,413.00	S/ 40,143.00	0.13

Nota. Elaboración propia con datos brindados por la empresa (2023).

Análisis e interpretación:

Se pudo percibir que en el año 2021 la empresa contaba con un total de efectivo mayor a sus pasivos lo que generaba una liquidez sólida y saludable, pero para el año 2022 la empresa presenta una disminución notable, siendo así que sus pasivos superan la cantidad de su efectivo, lo cual conlleva a presentar dificultades en sus obligaciones financieras.

Tabla 15*Margen de Utilidad Bruta*

	Datos		Margen de Utilidad Bruta	
	Utilidad Bruta	Ventas		
2021	S/ 52,761.00	S/ 168,377.00	S/	0.31
2022	S/ 28,590.00	S/ 148,763.00	S/	0.19

Nota. Elaboración propia con datos brindados por la empresa (2023).

Análisis e interpretación:

Se ha obtenido una disminución en cuanto a las ventas y la utilidad bruta en comparación del año 2021, donde se obtuvo un margen de utilidad bruta positivo y alto, lo cual permitió poder cubrir los gastos operativos y otros gastos que se hayan podido presentar en el período.

Tabla 16*Margen de utilidad neta*

	Datos		Margen de Utilidad Neta	
	Utilidad Neta	Ventas		
2021	S/ 27,853.00	S/ 168,377.00	S/	0.17
2022	S/ 14,225.00	S/ 148,763.00	S/	0.10

Nota. Elaboración propia con datos brindados por la empresa (2023).

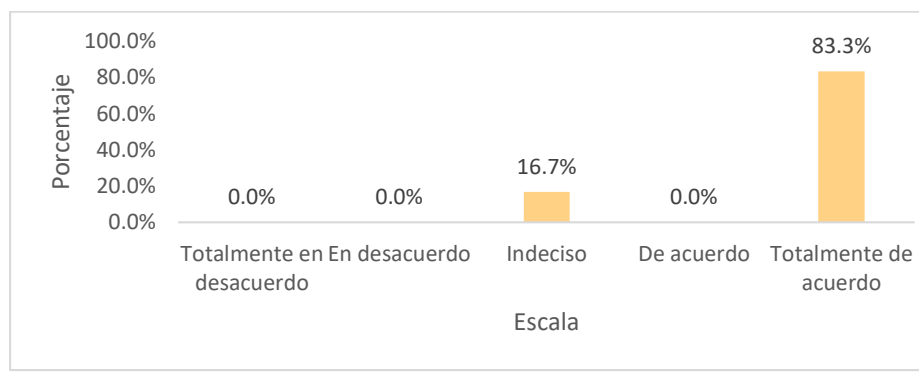
Análisis e interpretación:

La utilidad neta obtenida para el año 2021 fue positiva y alta, lo que ha permitido cubrir todos los gastos presentados en el periodo, sin haber afectado su utilidad, pero para el año 2022 esto disminuyó, aunque se mantenga un resultado positivo, la empresa ha presentado dificultades para mantenerse saludable financieramente.

18. ¿Considera que la demora en cumplir sus obligaciones con los proveedores se debe a la disminución de las ventas generadas?

Gráfico 2

Disminución de ventas



Nota. El gráfico representa la opinión de los colaboradores de Estrellafarma. Elaboración propia, con datos de la encuesta aplicada (2023).

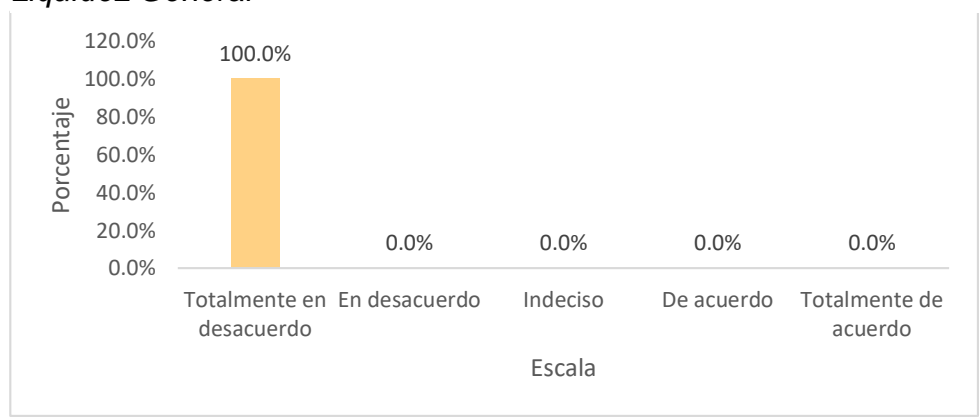
Análisis e interpretación:

De los 6 encuestados, 5 se encontraron de acuerdo con que las obligaciones de pago con los proveedores han incrementado porque las ventas han disminuido, lo que permitió identificar que los ingresos por ventas han disminuido y la mercadería en stock se ha acumulado, conllevando a tener deuda con los proveedores.

19. ¿Cree que la empresa cuenta con el indicador de la liquidez general adecuado para la empresa?

Gráfico 3

Liquidez General



Nota. El gráfico representa la opinión de los colaboradores de Estrellafarma. Elaboración propia, con datos de la encuesta aplicada (2023).

Análisis e interpretación:

El total de los trabajadores indicaron conocer que la liquidez de la empresa es baja, lo que viene provocando que la empresa cuente con menos capacidad para cumplir con sus obligaciones de pago.

Objetivo 3

Identificar cuáles son los factores que generan una inadecuada gestión de ventas en la empresa.

Para dar cumplimiento a este objetivo específico, se ha empleado la entrevista al gerente general, las respuestas obtenidas se detallan así:

Dimensión 3: Fuerza de ventas

Tabla 17

Factores que generan una inadecuada gestión de ventas

N°	INTERROGANTE	RESPUESTA
5	¿Se utilizan los medios de comunicación, es decir, las redes sociales, correo electrónico, como estrategias de ventas?	Contamos con Facebook de la empresa, pero no ha tenido un alto alcance a los consumidores, y considero que el no tener una persona encargada netamente al manejo de redes sociales, es lo que ocasiona esto, ya que para poder conseguir llegar a más persona a través de las redes, implica de constante interacción, estamos evaluando el implementar esta área.
11	Desde su punto de vista. ¿Las capacitaciones que se brindan al personal son favorables para realizar una buena gestión de ventas?	No hemos desarrollado capacitaciones enfocadas en las ventas, creo que este es un punto débil de la empresa, porque si cuentan con habilidades, pero tenemos que reforzarlas.
12	¿Se han establecidos incentivos para mejorar el rendimiento del personal de ventas? ¿Cree que esto aumenta la productividad del personal?	Sí soy consciente de que un extra nos motiva, sin embargo, por ahora no hemos planteado la posibilidad de realizar esto.

Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la entrevista aplicada (2023).

Análisis e interpretación:

El gerente mencionó que se cuenta con página de Facebook de la botica, pero que está no ha tenido un resultado favorable ya que la empresa no ha

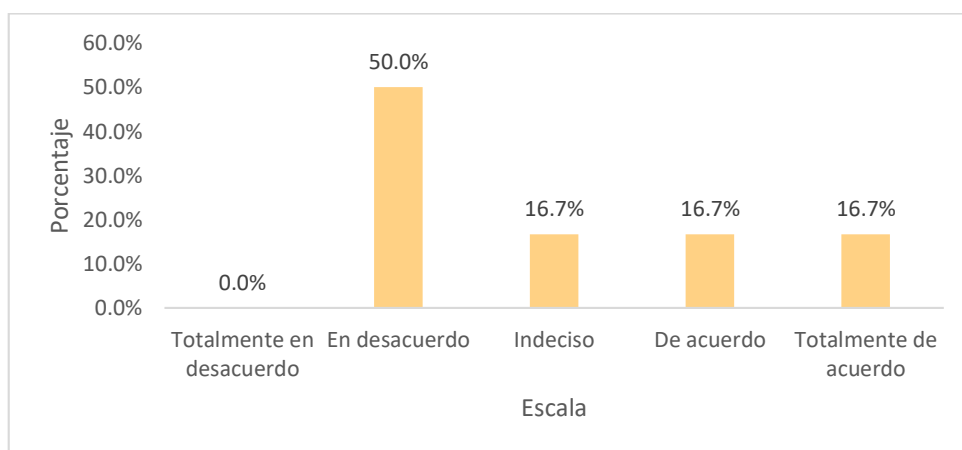
destinado personal que tengan a cargo netamente el manejo de redes sociales, lo cual no ha permitido que las éstas se encuentren activas de manera permanente, disminuyendo así las posibilidades de que la empresa pueda generar interacciones con los usuarios de las redes para sí poder obtener que la empresa se vuelva más conocida y captar nuevos clientes. También se mencionó que no se desarrollan capacitaciones que estén dirigidas al tema de ventas y a al personal que forma parte del área de ventas para que estos puedan fortalecer sus habilidades blandas, lo cual se muestra como una debilidad para la empresa, ya que las capacitaciones enriquecen los recursos con los que se cuentan y permiten una mejora. No se trabaja con incentivos que motiven al personal a mejorar su productividad, esto no permite que haya una competencia sana dentro de la empresa con fin de cumplir con los objetivos que se tienen en común.

Además de la entrevista realizada, se ha tomado algunos datos de la encuesta aplicada y se detallan así:

11. ¿Se tienen establecidas la realización de capacitaciones para mejorar las habilidades del personal de ventas?

Gráfico 4

Capacitación al personal



Nota. El gráfico muestra la opinión de los colaboradores de Estrellafarma. Elaboración propia, con datos de la encuesta aplicada (2023).

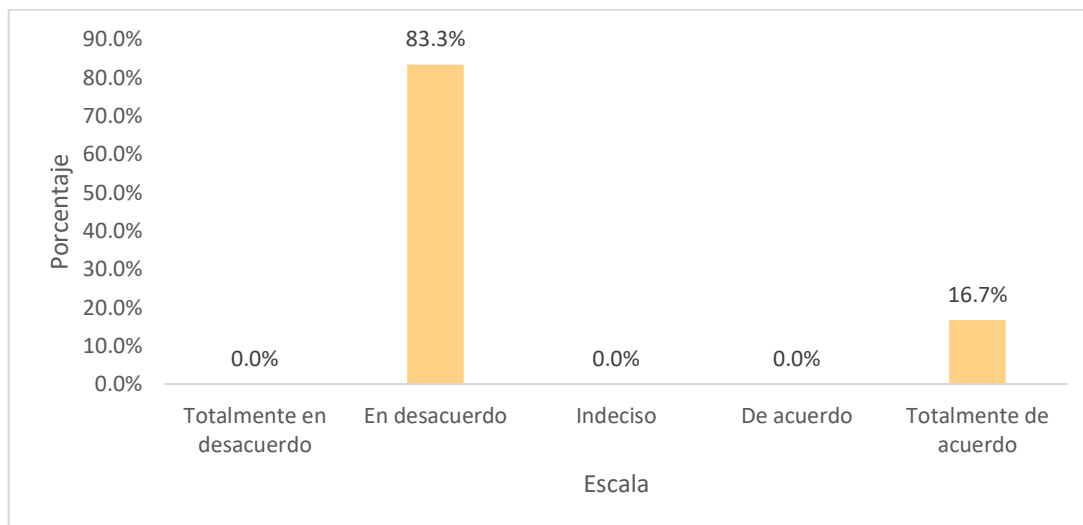
Análisis e interpretación:

La mitad del personal se encontraban en desacuerdo, es decir, indican que no se realizan capacitaciones para el personal que pertenece al área de ventas, siendo esto importante para que los colaboradores puedan mejorar sus capacidades y contribuya a una mejora en la empresa.

12. ¿Se tienen establecidos incentivos monetarios para mejorar la productividad del personal de ventas?

Gráfico 5

Incentivos monetarios



Nota. El gráfico muestra la opinión de los colaboradores de Estrellafarma. Elaboración propia, con datos de la encuesta aplicada (2023).

Análisis e interpretación:

La mayor parte de los colaboradores, indicaron que no se cuenta con incentivos monetarios, lo que sugiere que esto viene a ser parte de los factores que no permiten que se realice una correcta gestión de ventas.

La investigación obtuvo resultados que han permitido constatar que la gestión de ventas tiene un impacto significativo en la liquidez de la empresa consorcio farmacéutico Estrellafarma SAC durante el año 2022, se confirma que la ausencia de capacitaciones al personal, políticas y estrategias de ventas efectivas, conlleva a la disminución de ventas, y esto es producto de una inadecuada gestión de ventas, lo que se ve reflejado de manera negativa en la liquidez de la empresa.

V. DISCUSIÓN

La problemática en la presente investigación, se planteó así: ¿Cuál es la influencia de la gestión de ventas en la liquidez de la empresa consorcio farmacéutico Estrellafarma Sac, periodo 2022? Además, se propuso un objetivo general y tres objetivos específicos, para la obtención de los resultados se ha empleado para ambas variables la técnica encuesta con su instrumento cuestionario tipo Likert, la entrevista con su instrumento ficha de entrevista para la variable independiente y el análisis documental con su instrumento ficha documental para la variable dependiente.

En tanto al objetivo general: Determinar la influencia de la gestión de ventas en la liquidez de la empresa consorcio farmacéutico Estrellafarma Sac, periodo 2022; a esto se considera los hallazgos obtenidos tras la aplicación del instrumento respectivo, en este caso fue el cuestionario tipo Likert donde se pudo medir la correlación haciendo uso del coeficiente de correlación de Pearson, el cual resultó 0,901; lo cual se encuentra reflejado en la tabla 6, indicando así que la gestión de ventas influye significativamente en la liquidez de la empresa.

Estos resultados son corroborados por Arteaga y Molina (2022) quienes en su artículo manifestaron que existe una correlación según coeficiente de Pearson equivalente 0,7 entre ambas variables, manifestando así que una buena gestión de ventas conlleva a obtener resultados financieros favorables para las empresas; así mismo Caraguay (2021) se manifiesta con algo similar encontrado en su estudio que las ventas inciden de manera significativa en la liquidez de la empresa; finalmente Moreno y Dueñas (2022), quienes en su estudio manifestaron que la gestión óptima para acelerar el retorno de las ventas a crédito incide significativamente en la liquidez de la empresa, habiendo obtenido en su investigación un coeficiente de Pearson = 0,998.

Teniendo como base a los autores antes mencionados y el análisis de los resultados obtenidos en esta investigación, se puede afirmar de manera contundente que la gestión de ventas influye significativamente en la liquidez de la empresa, adicional a ello, permite confirmar la hipótesis que fue planteada inicialmente.

Así mismo, el primer objetivo específico fue planteado así, evaluar las políticas y planificación de ventas de la empresa, tras la aplicación de la encuesta

a los trabajadores del consorcio se pudo obtener que el 66.7 % están de totalmente de acuerdo que las políticas son importantes para poder fijar el precio de los productos, sin embargo, tras la entrevista aplicada al gerente general se pudo conocer que la organización no cuenta con políticas establecidas, lo cual no está contribuyendo de manera positiva a la empresa. Así también se ha obtenido que no se cuenta con estrategias de ventas eficientes, y se está viendo reflejado en los estados financieros de la empresa. En cuanto a la planificación de ventas, no se cuenta con un Software que facilite y sea efectivo en los controles de venta, así mismo, el gerente general indica que llevan un control a través de una base de datos y hacen uso del Excel.

Los resultados obtenidos permiten conocer que la empresa viene realizando ciertos procedimientos que forman parte de la planificación para poder llevar un control efectivo de sus ventas y que éstas incrementen de manera positiva, sin embargo, estas no están siendo suficientes, lo cual conlleva a manifestar que las políticas y procedimientos de ventas juegan un papel fundamental en la disponibilidad de efectivo de la empresa estudiada.

Estos resultados son reforzados por García (2021), quien en su estudio encontró que la empresa no contaba con planificación de ventas, ni políticas y mucho menos procedimientos establecidos, lo cual ha conllevado a la salud financiera de ésta sea afectada de manera notable, considerando así que la gestión de ventas es débil, así también se cita a Gonzales y Rivera (2020) quienes en su estudio obtuvieron algo similar, que la farmacia GR Carmañola S.A.C cuenta con un gestión de ventas deficiente y esto es consecuencia de la falta de planificación de ventas, estrategias de ventas que no resultan favorables y la falta de capacitación en sus colaboradores, en tanto Barbagelatada (2022) concluye que para lograr obtener ingresos favorables es necesario desarrollar una gestión de ventas óptimas que cuenten con políticas, planificación y estrategias de ventas.

Para desarrollar una gestión de ventas eficiente se debe emplear estrategias que deben de considerar el público objetivo, el uso de la tecnología para poder promocionar su negocio, la fijación de precios y el uso de software de ventas (Chalupa et al., 2021). De la misma manera, Jiaqi y Heping (2023) manifestaron que el uso de la tecnología, la inteligencia artificial es clave para poder obtener una gestión de ventas óptima, en beneficio de los negocios.

En el segundo objetivo específico se consideró, analizar la liquidez de la empresa, los resultados obtenidos representan la disminución de 17.03 a 5.03 de liquidez para el año 2022, siendo esta una diferencia notoria, así mismo la prueba ácida ha disminuido considerablemente, lo cual ha conllevado que la empresa tenga una capacidad limitada para poder cumplir con sus obligaciones, y esto es consecuencia de las bajas ventas obtenidas en el periodo 2022 y el incremento notorio de las cuentas por pagar.

Adicional a ello se toman en cuenta los hallazgos obtenidos en el cuestionario aplicado a los encuestados, donde el total de ellos afirman que la liquidez general no es adecuada y la mayoría afirma que las cuentas por pagar han incrementado por que las ventas han decrecido.

Estos resultados se pueden corroborar, con Caraguay (2021) quien en su estudio obtuvo como resultado una liquidez aparentemente beneficiosa, sin embargo, las ventas a crédito no contribuyen a resultados positivos, pues el tiempo de retorno excede al tiempo límite establecido y esto ha presentado inconvenientes para poder cumplir con sus obligaciones, con resultados similares también se tiene a Sinojara y Torres (2019) manifestaron que la gestión de ventas ha influido significativamente en el efectivo disponible para cumplir con sus obligaciones de manera negativa, obteniendo que sus utilidades disminuyan considerablemente, entre los dos periodos estudiados, así también se tiene a López (2022) quien manifiesta que la liquidez disminuye porque no practican un planeamiento de mejora para las ventas. Por otro lado, Ballona et al. (2022) quienes manifestaron que la gestión de cobranzas de las ventas a crédito incide significativamente en la liquidez de la empresa.

Es así que, conocer el nivel de liquidez con la que la empresa dispone juega un papel clave, ya que permite tener una visión óptima de la situación por la cual viene atravesando la entidad, de igual manera esto permite conocer si están existiendo algunas fallas, a las cuales se les propone soluciones prontas que mitiguen riesgos (Sáenz y Sáenz, 2019).

Así mismo, el tercer objetivo se refirió a identificar cuáles son los factores que generan una inadecuada gestión de ventas en la empresa, de lo cual la mayor parte de los encuestados manifestaron que la empresa no realiza capacitaciones en el área de ventas y que no se cuentan con incentivos monetarios por logro de

metas. En cuanto a la entrevista aplicada al gerente, se obtuvo que la empresa no cuenta con el manejo de redes sociales, lo que no permite llegar a más público del que ya han logrado obtener.

A favor de estos resultados, se pronuncia García (2021) quien en su estudio pudo determinar que la comercializadora no cuenta con capacitaciones internas, mucho menos cuentan con pagos extras por alcanzar objetivos lo que sirve como incentivo para que el personal explote sus habilidades, esto ha generado una gestión de ventas deficiente, ante ello Salas (2021) manifiesta que la relación entre la publicidad por redes sociales y la gestión de ventas es alta moderada, siendo está de 0,895 según el coeficiente de Rho Spearman, indicando que un buen manejo de redes sociales influirá positivamente en la gestión de ventas y por ende atraerá más ingresos que contribuirán a la liquidez.

Ante ello, Bullemore (2019) se manifiesta en su análisis desde el punto de vista tanto empresarial como de los compradores, de lo cual concluye que la fuerza de ventas debe de ser capacitada para enfrentar dificultades que se le presente durante el cierre de la venta, siendo considerada esta como una estrategia para que los vendedores puedan llegar a los clientes adecuados con los productos o servicios correctos, además añade que es indispensable crear estructuras de ventas.

En tal sentido, y después de la discusión de los resultados obtenidos en el presente estudio, se puede confirmar la validez de los objetivos planteados inicialmente; los cuales indican que un gran inconveniente de liquidez se genera, por el inadecuado y mal manejo en la gestión de ventas, ocasiona de forma considerable que la empresa no tenga la capacidad de respuesta a corto plazo a las obligaciones que corresponden de los pasivos corrientes.

VI. CONCLUSIONES

1. En cuanto al objetivo general, el estudio realizado permitió establecer que la gestión de ventas tiene una conexión significativa con la liquidez, así se demostró con el resultado según el coeficiente de Pearson que fue significativo, esto significa que la correlación es positiva y muy fuerte; de la misma manera se confirmó el adecuado planteamiento de la hipótesis.
2. Respecto al primer objetivo específico, se ha podido identificar que los empleados consideran importante la aplicación de políticas, sin embargo, se ha logrado identificar que no existen políticas ni procedimientos de ventas efectivas en la organización, lo que genera una gestión de ventas deficiente.
3. Con respecto al segundo objetivo específico, el análisis documental permitió detectar que la liquidez disminuyó considerablemente, resultado que quedó demostrado con el decrecimiento de las ventas y el consecuente aumento de las cuentas por pagar, por el incumplimiento de deudas; lo que infiere que la empresa tiene una capacidad limitada para cumplir con sus obligaciones.
4. Respecto al tercer objetivo específico, se ha podido identificar la falta de incentivos monetarios por el logro de metas, el mal manejo de las redes sociales ha impedido captar nuevos clientes y la falta de capacitaciones para el personal, son factores críticos para que la gestión de ventas se esté dando de manera inadecuada.
5. Adicionalmente a los resultados obtenidos, se ha podido identificar y así se quedó demostrado que la actual gestión de ventas es deficiente y ha ocasionado una considerable disminución en la rentabilidad de la empresa, consecuencia de las ventas bajas y los gastos operativos altos.

VII. RECOMENDACIONES

- Se recomienda al gerente de la empresa que concentre sus esfuerzos en invertir recursos financieros y humanos para la implementación de un área especializada en el tema de gestión de ventas, con la finalidad de incrementar los ingresos.
- Se sugiere al gerente general que se reúna y trabaje de manera conjunta con el contador y el administrador, para plantear e implementar políticas, procedimientos y estrategias de ventas que sean adecuados, claros y comprensibles para el personal; en las estrategias se deben de considerar las capacitaciones de coaching y liderazgo para que el personal se encuentre motivado y puedan poner sus habilidades en práctica manera proactiva, eficiente y eficaz.
- El gerente general debe coordinar con el área de contabilidad con la finalidad de ejecutar un análisis minucioso en la estructura de costos para la implementación del área de gestión de ventas, permitiendo así realizar gastos que estén acorde de las posibilidades económicas de la empresa.
- Se sugiere evaluar la posibilidad de la implementación de estándares de logro de metas, para el área de ventas y así mismo para los colaboradores del área de contabilidad y almacén, debido a que, si las ventas se incrementan, el incremento de actividades será para las áreas mencionadas también.
- Se recomienda contratar los servicios de marketing y publicidad, para que de esta manera la empresa pueda captar nuevo público, y así poder obtener ingresos que favorezcan el aumento de los índices de liquidez.

Referencias

- Anderson, R., Cohen, A., Christ, P., Mehta, R., & Dubinsky, A. (2020). Provenance, evolution, and transition of personal selling and sales management to strategic marketing channel management. *Journal of Marketing Channels*, 26:1, 28-42. <https://doi.org/10.1080/1046669X.2019.1647913>
- Andrade, M., y Benites, D. (2020). *Evaluar la Gestión en las Cuentas por Cobrar y su impacto en la liquidez de MSL Del Ecuador S.A [Tesis de pregrado Universidad de Guayaquil]*. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/55148>
- Arias, J., y Covinos, M. (2021). *Diseño y Metodología de la Investigación*. Enfoques Consulting EIRL. <https://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2260>
- Arteaga, J., y Molina, M. (2022). Gestión de ventas y su impacto en la rentabilidad del concesionario Metrocar. *MQRInvestigar*, 6(4), 293-312. <https://doi.org/https://doi.org/10.56048/MQR20225.6.4.2022.293-312>
- Balarezo, Z. M. (2019). *Cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa Markenal S.A, cantón Salinas provincia de Santa Elena, año 2018*. <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/5147/UPSE-TCA-2019-0087.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ballona, J., Cairampoma, G., y Harango, L. (2022). *Gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa Comercializadora S & C S.A.C., Lima – Distrito San Juan de Miraflores 2022*. Lima: Repositorio Institucional Universidad Peruana de las Américas. <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/handle/123456789/2754>
- Barbagelatada, k. (2022). *Análisis de Gestión de Ventas aplicadas en la empresa KRB COMUNICACIÓN, Maynas primer semestre – 2020*. Universidad Privada de la Selva Peruana. <http://repositorio.ups.edu.pe/handle/UPS/210>
- Bilbao, J., y Escobar, H. (2020). *Investigación y educación superior* (segunda ed.). LULU.COM. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=W67WDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA37&dq=objetivo+de+una+investigaci%C3%B3n+libro+&ots=hQ9aCW7Jy&sig=0YYPomNE_7YAQ5cjBUudjUEoQ7o#v=on

epage&q=objetivo%20de%20una%20investigaci%C3%B3n-
%20libro&f=false

- Bullemore, J. (2019). *Factores Relevantes en la Gestión de Ventas: Análisis desde el punto de vista de la empresa y del consumidor*. <http://hdl.handle.net/10803/666619>
- Burney, R., James, H., & Wang, H. (2021). Working capital management and CEO age. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 30(100496), 2214-6350. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbef.2021.100496>
- Caraguay, L. (2021). *Ventas a crédito y su incidencia en la liquidez de la empresa "Ferrolight", de la ciudad de nueva Loja, provincia de Sucumbios, en el periodo 2019*. Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/21648>
- Carhuancho, I., Nolazco, F., Sicheri, L., Guerrero, M., y Casana, K. (2019). *Metodología para la investigación holística* (1 ed.). Guayaquil – Ecuador: UIDE. <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/3893/3/Metodolog%C3%ADa%20para%20la%20investigaci%C3%B3n%20hol%C3%ADstica.pdf>
- Castro, J., Gómez, L., y Camargo, E. (2023). La investigación aplicada y el desarrollo experimental en el fortalecimiento de las competencias de la sociedad del siglo XXI. *TECNURA*, 27(75), 140-174. <https://doi.org/https://doi.org/10.14483/22487638.19171>
- Chalupa, S., Petricek, M., y Ulrych, Z. (2021). The Use of Business Process Management in Hotel Direct Sales Improvement. *TEM Journal*, 10(1), 215-220. <https://doi.org/https://doi.org/10.18421/TEM101-27>
- Chernov, V. (2023). Accounts receivable management in transport organizations. *E3S Web of Conferences*(376), 1-8. <https://doi.org/https://doi.org/10.1051/e3sconf/202337604012>
- Cosimo, L. (2023). Liquidity analysis in resource-aware programming. *Journal of Logical and Algebraic Methods in*, 135(100889), 1-18. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jlamp.2023.100889>
- Çöteliöğlu, E., Franzoni, F., & Plazzi, A. (2021). What Constrains Liquidity Provision? Evidence from Institutional Trades*. *Review of Finance*, 25(2), 485-517. <https://doi.org/https://doi.org/10.1093/rof/rfaa016>

- Custodio, K., Ríos, O., y Manuel, R. (2020). Habilidades gerenciales y motivación laboral de asesores de negocios. *UCV HACER*, 9(3), 96-107. <https://doi.org/https://doi.org/10.18050/RevUCVHACER.v9n3a10>
- Delfín, Y., & Rodríguez, E. (2022). Gestión de tesorería y liquidez en las empresas de seguros en Perú. *Podium*(42), 39-52. <https://doi.org/10.31095/podium.2022.42.3>
- Dugan, R., Rangarajan, D., Davis, L., Bolander, W., Bolman - Pullins, E., Deeter-Schmelz, D., . . . Agnihotri, R. (2020). Sales management, education, and scholarship across cultures: early findings from a global study and an agenda for future research. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 40(3), 198-212. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/08853134.2020.1781649>
- Feria, H., Matilla, M., y Mantecón, S. (2020). La entrevista y la encuesta: ¿Métodos o técnicas de indagación empírica? *Didasc@lia: Didáctica y Educación*, 11(3), 62-79. <http://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalía/article/view/992>
- Fernández, V. (2019). Aplicación de estrategias de ventas de tarjetas crediticias para incentivar al comercio electrónico en los clientes de una cadena de bancos en Perú. *Revista Científica de la UCSA*, 6(1). [https://doi.org/https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2019.006\(01\)023-032](https://doi.org/https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2019.006(01)023-032)
- Fernandez, V. (2020). Tipos de justificación en la investigación científica. *Espíritu Emprendedor* TES. <https://doi.org/https://doi.org/10.33970/eetes.v4.n3.2020.207>
- García, J. (2021). *Gestión de venta en Almacén de Electrodoméstico Hermanos Zurita Yépez del cantón Pueblo Viejo, periodo 2019-2020*. Cantón de Pueblo Viejo: Repositorio digital de la Universidad Técnica de Babahoyo. <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/10582>
- Gitman, D. L. (1982). *Principles of Managerial Finance*. <https://books.google.com.pe/books?id=EQbiBAAAQBAJ&lpg=PP1&ots=uurVFXLZ3N&dq=Principles%20of%20Managerial%20Finance&lr&hl=es&pg=PR4#v=onepage&q=Principles%20of%20Managerial%20Finance&f=false>
- Gonzales, A., y Rivera, S. (2020). *Gestión de ventas en la empresa farmacéutica GR Farmanova S.A.C*. Lima : Repositorio digital de la Universidad Autónoma del Perú. <https://hdl.handle.net/20.500.13067/1228>

- González, E., Sanabria, y Zuñiga, A. (2020). Gestión de cuentas por cobrar y sus efectos en la liquidez en la facultad de una universidad particular, Lima, periodo 2010-2015. *Revista De Investigación Valor Contable*, 3(1), 57-72. <https://doi.org/10.17162/rivc.v3i1.1232>
- Hernández-Sampieri, R., y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: Mc Graw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V. <https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612>
- Holmes, Y., McDonald, D., & Taylor, P. (2019). Examination of Embedded Supplier Information Utilization in Pre-Decision Phase Procurement and Opportunism in Sales Management. *Journal of Managerial Issues*, 31(3), 291-311. <http://www.jstor.org/stable/45206626>
- Houng, L., & Andros, G. (2020). How do you capture liquidity? A review of the literature on low-frequency stock liquidity|. *Journal of Economic Surveys*, 34(5), 1170-1186. <https://doi.org/10.1111/joes.12385>
- Jiaqi, X., & Heping, Y. (2023). Store music and customer loyalty to the store: Negative emotion as a mediator. *Social Behavior and Personality: An international journal*, 51(4), e12118. <https://doi.org/https://doi.org/10.2224/sbp.12318>
- Jiménez, L. (2023). *Gestión de ventas y fidelización de clientes en el recreo turístico Punta Verde Hacienda Club S.A.C., Morales – 2023*. Tarapoto: Repositorio digital de la Universidad Cesar Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/120194>
- Lopez, G. (2022). *Planeamiento de mejora en las ventas y su efecto en la liquidez de microempresas comerciales, Lima 2021*. Lima: Repositorio digital de la Universidad Cesar Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/119406>
- Maguiña, M. (2023). *Planeamiento estratégico y gestión de ventas de una empresa comercializadora de computadoras, Lima, año 2022*. Lima: Repositorio digital de la Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/112095>
- Mantilla, J., y Huanca, B. (2020). Cuentas por cobrar y Liquidez en una empresa de servicios. *SCIÉND0*, 23(4), 259-263. <https://doi.org/10.17268/sciendo.2020.030>

- Mejía, R. (2022). *Niveles de ventas en el minimarket a-kim de la parroquia san José del tambo, provincia de bolívar*. Bolivar: Repositorio digital de la Universidad Técnica de Babahoyo. <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/11768>
- Mora, J., Morales, S., Franco, M., y Calderón, R. (2022). Gestión de ventas de los productos de comercialización compleja . *Revista Oratores*, 16(10), 108-126. <https://doi.org/https://doi.org/10.37594/oratores.n16.691>
- Moreno, A., y Dueñas, J. (2022). *La gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez, en las empresas comerciales del departamento de Pasco, 2021 [Tesis de pregrado]*. Cerro de Pasco: Repositorio Institucional Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión. <http://45.177.23.200/handle/undac/2742>
- Neneng, S., Laifa, I., & Denok, S. (2020). The Effects of Profitability, Leverage, and Liquidity on Financial Distress on Retail Companies Listed on Indonesian Stock Exchange. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Publik*, 10(1), 45-52. <https://ojs.unm.ac.id/iap/article/view/13568/8247>
- Osadchy, E., Akhmetshin, E., Amirova, E., Bochkareva, T., Gazizyanova, Y., & Yumashev, A. (2018). Financial statements of a company as an information base for decision-making in a transforming economy. *European Research Studies Journal*, XXI(2), 339-350. <https://www.um.edu.mt/library/oar/handle/123456789/33582>
- Pizzán, S., Torres, H., y Villafuerte, A. (2021). Actividad empresarial y liquidez en tiempos de COVID-19, caso de estudio de empresa de servicios 2019-2020. *Sapienza: Revista Internacional de Estudios Interdisciplinarios*, 2(3), 32-44. <https://doi.org/10.51798/sijis.v2i3.121>
- Plácido, C., Molleapaza, E., & Ipurre, M. (2021). *Políticas de ventas y de cobranzas y la liquidez en la empresa Terbol Perú S.A.C*. Lima: Repositorio digital de la Universidad Nacional del Callao. <http://hdl.handle.net/20.500.12952/6671>
- Qingmin, L. (2022). Evaluation of Artificial Intelligence Models and Wireless Network Applications for Enterprise Sales Management Innovation under the New Retail Format. *Hindawi*, 2022. <https://doi.org/https://doi.org/10.1155/2022/8576677>

- Quiroz, D., Barrios, R., y Villafuerte, A. (2019). Gestión de cuentas por cobrar y liquidez en la Asociación Educativa Adventista Nor Oriental, 2020. *Balance´s*, 7(10).
<https://revistas.unas.edu.pe/index.php/Balances/article/view/183/169>
- Sáenz, L., y Sáenz, L. (2019). Razones financieras de liquidez: Un indicador tradicional del estado financiero de las empresas. *Revista Científica Orbis Cognitiona*, 3(1), 81-90.
https://revistas.up.ac.pa/index.php/orbis_cognita/article/view/376/327
- Salas, N. (2021). *Marketing de contenidos y gestión de ventas en una empresa comercializadora de Los Olivos - 2021*. Lima: Repositorio digital de la Universidad Cesar Vallejo.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/69803>
- Simamora, R., & Hendarjatno, H. (2019). The effects of audit client tenure, audit lag, opinion shopping, liquidity ratio, and leverage to the going concern audit opinion. *Asian Journal of Accounting Research*, 4(1), 145-156.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1108/AJAR-05-2019-0038>
- Sinojara, C., y Torres, I. (2019). *Gestión de ventas y su incidencia en la rentabilidad de la empresa EDIPESA, Tarapoto 2017*.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/39390>
- Solórzano, D., y Váscquez, L. (2021). Estrategias financieras y contables para el fortalecimiento de la liquidez en la Corporación Agroempresarial Coagro. *CIENCIAMATRIA*, 7(2), 508-537. <https://doi.org/10.35381/cm.v7i2.520>
- Vílchez, D., y Villanueva, K. (2022). *Gestión de cuentas por cobrar y su impacto en la liquidez de la empresa Aconcagua Group S.A.C. en el periodo 2021 [Tesis de pregrado]*. Lima: Repositorio Institucional Universidad Tecnológica del Perú. <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/6500>
- Vinayak, B., & Mousami, M. (2019). *Research Methodology. A practical and Scientific Approach*. Taylor & Francis Group.
https://www.google.com.pe/books/edition/Research_Methodology/5tKFDwAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=research+methodology&printsec=frontcover
- Zambrano, F. F., Sánchez Pacheco, M. E., & Correa Soto, S. R. (2021). Análisis de rentabilidad, endeudamiento y liquidez de microempresas en Ecuador. *Scielo*. <https://doi.org/https://doi.org/10.17163/ret.n22.2021.03>

ANEXOS

Anexo 1: Tabla de operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA
Variable Independiente: Gestión de ventas	Según Gonzales y Rivera (2020) es una secuencia de actividades de procesos que se siguen para lograr una venta exitosa y con satisfacción del cliente.	Se empleó la entrevista la cual fue realizada al gerente general de la empresa de estudio. Así mismo se aplicó la encuesta a los 6 trabajadores de la empresa y las preguntas respecto a esta variable estuvieron comprendidas desde ítem 1 al 12.	Políticas de ventas	Precio de venta	1,2	Ordinal y De Razón
				Disponibilidad de productos	3,4	
				Ofertas para el público	5	
			Planificación de ventas	Objetivos de la empresa	6	
				Estrategias de ventas	7,8	
				Control de ventas	9	
				Selección del personal	10	
			Fuerza de ventas	Capacitación del personal	11	
				Incentivos al personal	12	
				Días de inventario	13,14	
Variable Dependiente: Liquidez	Para Solórzano y Vásquez (2021) es la cabida que alcanza una organización para poder disponer de dinero para cancelar los deberes pendientes iguales o inferiores a un año.	Se empleó el análisis documental en donde los estados financieros del año 2021 y 2022 fueron el objeto de estudio. Adicional a ello, se aplicó la encuesta a los 6 trabajadores, y los ítems comprendidos fueron del 13 al 22.	Ciclo de conversión de efectivo	Días de cuentas por cobrar	15,16	
				Días de cuentas por pagar	17,18	
				Liquidez corriente	19	
			Ratios	Prueba ácida	20, 21	
				Prueba absoluta	22	
				Capital de trabajo	23, 24	

Anexo 2: Matriz de consistencia

Título: "Gestión de ventas y su influencia en la liquidez de la empresa CONSORCIO FARMACEUTICO ESTRELLAFARMA S.A.C., periodo 2022"						
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLES	CONCEPTUALIZACION	DIMENSIÓN	INDICADORES
¿Cuál es la influencia de la gestión de ventas en la liquidez de la empresa Consorcio Farmacéutico Estrellafarma S.A.C., periodo 2022?	Determinar la influencia de la gestión de ventas en la liquidez de la empresa Consorcio Farmacéutico Estrellafarma S.A.C., periodo 2022.	Existe influencia significativa de la gestión de ventas en la liquidez de la empresa Consorcio Farmacéutico Estrellafarma S.A.C., periodo 2022.	Variable Independiente: Gestión de ventas	Según Gonzales y Rivera (2020) es una secuencia de actividades de procesos que se siguen para lograr una venta exitosa y con satisfacción del cliente.	Políticas de ventas	Precio de venta Disponibilidad de productos Ofertas para el público
	OBJETIVO ESPECIFICO				Planificación de ventas	Objetivos de la empresa Estrategias de ventas Control de ventas Selección del personal
	Evaluar las políticas y planificación de ventas.				Fuerzas de ventas	Capacitación del personal Incentivos al personal
	Analizar la liquidez de la empresa.				Ciclo de conversión de efectivo	Días de inventario Días de CXC Días de CXP Liquidez corriente Prueba ácida
Identificar cuáles son los factores que generan una inadecuada gestión de ventas en la empresa.	Razones financieras	Prueba absoluta Capital de trabajo				
			Variable Dependiente: Liquidez	Para Solórzano y Vásconez (2021) es la cabida que alcanza una organización para poder disponer de dinero para cancelar los deberes pendientes iguales o inferiores a un año.		

Anexo 3: Instrumentos de recolección de datos

ENCUESTA/CUESTIONARIO

El presente cuestionario va dirigido a los colaboradores del área gerencial, administrativa, y de ventas; para conocer su percepción con respecto a la influencia de la gestión de ventas sobre la liquidez de la empresa CONSORCIO FARMACEUTICO ESTRELLAFARMA SAC; teniendo como objetivo evaluar la importancia de dicha influencia. La información que otorgue será manejada con discrecionalidad y anonimato, por ello, se le agradece se sirva a contestar con la mayor objetividad posible.

Instrucciones: Marque con un (x) su respuesta según la siguiente escala:

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

N.º	Ítems	T D	E D	I	D A	T A
POLÍTICAS DE VENTAS		1	2	3	4	5
1.	¿Considera importante emplear políticas para determinar el precio de sus productos?					
2.	¿Los precios establecidos son considerando el público al que se dirigen?					
3.	¿La empresa cuenta con disponibilidad de productos para abastecer la necesidad de sus clientes?					
4.	¿Se tienen establecidas estrategias para gestionar la disponibilidad de los productos?					
5.	¿Considera que las ofertas son efectivas para el incremento de las ventas?					
PLANIFICACIÓN DE VENTAS		1	2	3	4	5
6.	¿Los objetivos de la empresa se encuentran alineados con las estrategias que aplican?					
7.	¿Cuentan con estrategias de ventas que se adapten a las necesidades de los clientes?					
8.	¿Las estrategias que se vienen usando son efectivas?					
9.	¿Se cuenta con un Software que faciliten el control de las ventas?					
FUERZA DE VENTAS		1	2	3	4	5

10.	¿Se llevan a cabo procedimientos para la contratación del personal de ventas?					
11.	¿Se tienen establecidas la realización de capacitaciones para mejorar las habilidades del personal de ventas?					
12.	¿Se tienen establecidos incentivos monetarios para mejorar la productividad del personal de ventas?					
	CICLO DE CONVERSIÓN DEL EFECTIVO	1	2	3	4	5
13.	¿Se calcula la rotación que realizan los inventarios en la empresa?					
14.	¿Se mantiene un promedio de días que salen los inventarios de la empresa?					
15.	¿La gestión de ventas impacta positivamente a las cuentas por cobrar?					
16.	¿Las cuentas por cobrar son favorables para la empresa?					
17.	¿Se calcula los días que demoran en cancelar las cuentas por pagar a los proveedores?					
18.	¿Considera que la demora en cumplir sus obligaciones con los proveedores se debe a la disminución de las ventas generadas?					
	RATIOS	1	2	3	4	5
19.	¿Cree que la empresa cuenta con el indicador de la liquidez general adecuado para la empresa?					
20.	¿Se realiza el cálculo de la prueba ácida en la empresa?					
21.	¿Crees que la prueba ácida que se realiza es efectiva para medir la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones inmediatas?					
22.	¿Se tiene un parámetro establecido del dinero que debe manejar la empresa en sus cuentas?					
23.	¿Se realiza el cálculo del capital de trabajo en la empresa?					
24.	¿La relación entre capital de trabajo y las operaciones diarias es la adecuada para garantizar la estabilidad económica de la empresa?					

¡Gracias por su participación!

ENTREVISTA/GUÍA DE ENTREVISTA

La presente entrevista va dirigida al gerente general de la empresa CONSORCIO FARMACEUTICO ESTRELLAFARMA SAC; para poder determinar cuáles son las políticas y procedimientos de ventas y evaluarlas, así mismo también conocer que factores estarían generando la inadecuada gestión de ventas. La información que otorgue será manejada con responsabilidad e interés para la mejora de la empresa, por ello, se le agradece se sirva a contestar con la mayor objetividad posible.

Fecha: _____

Estimado gerente general, se le solicita responder las siguientes preguntas a continuación de una manera clara y concisa.

POLÍTICAS DE VENTAS
1. ¿La empresa cuenta con políticas de ventas para la fijación del precio? Mencíonelas.
2. Desde su perspectiva, ¿La disponibilidad de productos influye en las ventas?
3. ¿Considera que las promociones y ofertas que tienen, es competitiva en el mercado? Fundamente su respuesta.
PLANIFICACIÓN DE VENTAS
4. ¿Considera que los objetivos de la empresa son claros, y sus colaboradores están comprometidos con ellos?
5. ¿Se utilizan los medios de comunicación, es decir, las redes sociales, correo electrónico, como estrategias de ventas?
6. ¿Se cuenta con medios de pagos innovadores que faciliten la compra de los clientes? Mencíonelos.
7. ¿Cuál es el proceso que llevan a cabo para el control de las ventas?

8. Puede definir cómo cree usted que este proceso contribuye al rendimiento de la empresa.

FUERZA DE VENTAS

9. ¿Cuál es el proceso que siguen para la contratación del personal de ventas, se tienen establecidos criterios de selección? Explíquelo.

10. ¿Cree que el proceso que sigue para la selección del personal influye en una buena gestión de ventas?

11. Desde su punto de vista. ¿Las capacitaciones que se brindan al personal son favorables para realizar una buena gestión de ventas?

12. ¿Se han establecidos incentivos para mejorar el rendimiento del personal de ventas? ¿Cree que esto aumenta la productividad del personal?

¡Gracias por su participación!

ANÁLISIS DOCUMENTAL / GUÍA DOCUMENTAL

Esta guía documental se aplicará para recolectar los datos necesarios de los estados financieros en los periodos del 2021 y 2022, para así poder aplicar las ratios financieros y obtener una interpretación clara de la situación que atraviesa la empresa CONSORCIO FARMACEUTICO ESTRELLAFARMA SAC

Datos	2021	2022
Activo corriente	S/	S/
Efectivo y equivalente al efectivo	S/	S/
Mercaderías	S/	S/
Pasivo corriente	S/	S/

Ratio	Fórmula	2021	2022
Liquidez general	$\frac{\textit{Activo corriente}}{\textit{Pasivo corriente}}$	%	%
Prueba ácida	$\frac{\textit{Activo Corriente} - \textit{Mercaderías}}{\textit{Pasivo Corriente}}$	%	%
Prueba absoluta	$\frac{\textit{Efectivo}}{\textit{Pasivos corriente}}$	%	%
Capital de trabajo	$\textit{Activo Corriente} - \textit{Pasivo Corriente}$	S/	S/

Anexo 4: Modelo de Consentimiento informado, formato UCV



Anexo 3

Consentimiento Informado (*)

Título de la investigación: Gestión de ventas y su influencia en la liquidez de la empresa CONSORCIO FARMACEUTICO ESTRELLAFARMA S.A.C., periodo 2022
Investigador (a) (es): Puelles Bustamante Yessenia Marisol

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “**Gestión de ventas y su influencia en la liquidez de la empresa CONSORCIO FARMACEUTICO ESTRELLAFARMA S.A.C., periodo 2022**”, cuyo **objetivo** es Determinar la influencia de la gestión de ventas en la liquidez de la empresa CONSORCIO FARMACEUTICO ESTRELLAFARMA S.A.C., periodo 2022. Esta investigación es desarrollada por estudiantes pregrado de la carrera profesional de **CONTABILIDAD** de la Universidad César Vallejo del campus Chiclayo, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución.

Describir el impacto del problema de la investigación.

¿Cuál es la influencia de la gestión de ventas en la liquidez de la empresa CONSORCIO FARMACEUTICO ESTRELLAFARMA S.A.C., periodo 2022?

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: “Gestión de ventas y su influencia en la liquidez de la empresa CONSORCIO FARMACEUTICO ESTRELLAFARMA S.A.C., periodo 2022.”.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará en el ambiente de de la institución
..... Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

*Obligatorio a partir de los 18 años



Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinda es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el (los) Investigador (a)(es) (Apellidos y Nombres): Puelles Bustamante Yessenia Marisol
email: pbustamanteym@ucvvirtual.edu.pe
y Docente asesor (Apellidos y Nombres): Dr. Salazar Asalde Abel
email: aasalde@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación, autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos:

Fecha y hora: 08 de Octubre del 2023



CONSORCIO FARMACÉUTICO
ESTRELLA FARMA S.A.C.
R.U.C. 20600387414

Edison Marin Flores
Gerente General

Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que se cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de formulario Google.

Anexo 5: Matriz Evaluación por juicio de expertos, formato UCV



Anexo 2

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario tipo Likert" La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Emilio Wilmer Barreto Niño	
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social (X)
	Educativa ()	Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Contador público colegiado Auditoría, Gestión pública y control interno	
Institución donde labora:	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario **D e t e r m i n a r** la influencia de la gestión de ventas en la liquidez de la empresa **CONSORCIO FARMACEUTICO ESTRELLAFARMA SAC, periodo 2022** Elaborado por Yessenia Marisol Puelles Bustamante en el año 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.



dimensión o indicador que está midiendo.	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Políticas de ventas
- Objetivos de la Dimensión: Evaluar el manejo de las políticas de ventas que realiza la empresa.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Precio	1,2	4	4	4	
Disponibilidad de productos	3,4	4	4	4	
Ofertas al público	5	4	4	4	

- Segunda dimensión: Planificación de ventas
- Objetivos de la Dimensión: Evaluar la planificación de ventas que está empleando la empresa.

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Objetivos de la empres	6	4	4	4	
Estrategia de ventas	7,8	4	4	4	

Control de ventas	9	4	4	4	
-------------------	---	---	---	---	--

- Tercera dimensión: Fuerza de ventas
- Objetivos de la Dimensión: Evaluar los puntos de fuerza de venta con las que cuenta la empresa.

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Selección del personal	10	4	4	4	
Capacitación del personal	11	4	4	4	
Incentivos al personal	12	4	4	4	

- Cuarta dimensión: Ciclo de conversión del efectivo
- Objetivos de la Dimensión: Evaluar si se está realizando un correcto ciclo de conversión.

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Días de inventario	13,14	4	4	4	
Días de cuentas por cobrar	15,16	4	4	4	
Días de cuentas por pagar	17, 18	4	4	4	

- Quinta dimensión: Ratios
- Objetivos de la Dimensión: Evaluar la aplicación de ratios en los estados financieros de la empresa.

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Liquidez corriente	19	4	4	4	
Prueba ácida	20, 21	4	4	4	

Prueba severa	22	4	4	4	
Capital de trabajo	23, 24	4	4	4	



Barreto Nino Emilio Wilmer
 CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
 MAT: 04-3442
 Firma del evaluador
 DNI 41169093

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Anexo 2

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Guía de entrevista". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Emilio Wilmer Barreto Niño	
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social (X)
	Educativa ()	Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Contador público colegiado Auditoría, Gestión pública y control interno	
Institución donde labora:	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación a usted le presento la guía de entrevista. Evaluar las políticas y planificación de ventas e identificar cuáles son los factores que permiten una inadecuada gestión de v en la empresa CONSORCIO FARMACEUTICO ESTRELLAFARMA SAC ;" Elaborado por Yessenia Marisol Puelles Bustamante en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.

dimensión o indicador que está midiendo.	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Políticas de ventas
- Objetivos de la Dimensión: Evaluar el manejo de las políticas de ventas que realiza la empresa.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Precio	1	4	4	4	
Disponibilidad de productos	2	4	4	4	
Ofertas para el público	3	4	4	4	

- Segunda dimensión: Planificación de ventas
- Objetivos de la Dimensión: Evaluar la planificación de ventas que está empleando la empresa.

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Objetivos de la empresa	4	4	4	4	
Estrategias de ventas	5,6	4	4	4	



Control de ventas	7,8	4	4	4	
-------------------	-----	---	---	---	--

- Tercera dimensión: Fuerza de ventas
- Objetivos de la Dimensión: Evaluar el proceso contable que lleva la empresa.

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Selección del personal	9, 10	4	4	4	
Capacitación del personal	11	4	4	4	
Incentivos al personal	12	4	4	4	

Barreto Niño Emilio Wilmer
 CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
 MAT : 04-3442
 Firma del evaluador
 DNI: 41169093

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Anexo 2

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Análisis documental" La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Emilio Wilmer Barreto Niño	
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social (X)
	Educativa ()	Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Contador público colegiado Auditoría, Gestión pública y control interno	
Institución donde labora:	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación a usted le presento el análisis documental "Análisis de la liquidez de la empresa CONSORCIO FARMACEUTICO ESTRELLAFARMA SAC, periodo 2022;" Elaborado por Yessenia Marisol Puelles Bustamante en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.



dimensión o indicador que está midiendo.	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Ratios
- Objetivos de la Dimensión: Evaluar la liquidez de la empresa a través del uso de ratios de liquidez.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Liquidez corriente	$\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$	4	4	4	
Prueba ácida	$\frac{\text{Activo Corriente} - \text{Mercaderías}}{\text{Pasivo Corriente}}$	4	4	4	
Prueba severa	$\frac{\text{Efectivo}}{\text{Pasivos corriente}}$	4	4	4	
Capital de trabajo	$\text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$	4	4	4	

Barreto Nino Emilio Wilmer
CONTADOR PUBLICO COLEGIADO
Firma del evaluador
DNI: 41169093

Anexo 2

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario tipo Likert" La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	COLLANTES PALOMINO HUGO YVAN	
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social (X)
	Educativa ()	Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	CONTADOR PUBLICO	
Institución donde labora:	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario **Determinar la influencia de la gestión de ventas en la liquidez de la empresa CONSORCIO FARMACEUTICO ESTRELLAFARMA SAC, periodo 2022** Elaborado por Yessenia Marisol Puelles Bustamante en el año 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.

dimensión o indicador que está midiendo.	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Políticas de ventas
- Objetivos de la Dimensión: Evaluar el manejo de las políticas de ventas que realiza la empresa.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Precio	1,2	4	4	4	
Disponibilidad de productos	3,4	4	4	4	
Ofertas al público	5	4	4	4	

- Segunda dimensión: Planificación de ventas
- Objetivos de la Dimensión: Evaluar la planificación de ventas que está empleando la empresa.

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Objetivos de la empres	6	4	4	4	
Estrategia de ventas	7,8	4	4	4	

Control de ventas	9	4	4	4	
-------------------	---	---	---	---	--

- Tercera dimensión: Fuerza de ventas
- Objetivos de la Dimensión: Evaluar los puntos de fuerza de venta con las que cuenta la empresa.

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Selección del personal	10	4	4	4	
Capacitación del personal	11	4	4	4	
Incentivos al personal	12	4	4	4	

- Cuarta dimensión: Ciclo de conversión del efectivo
- Objetivos de la Dimensión: Evaluar si se está realizando un correcto ciclo de conversión.

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Días de inventario	13,14	4	4	4	
Días de cuentas por cobrar	15,16	4	4	4	
Días de cuentas por pagar	17, 18	4	4	4	

- Quinta dimensión: Ratios
- Objetivos de la Dimensión: Evaluar la aplicación de ratios en los estados financieros de la empresa.

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Liquidez corriente	19	4	4	4	
Prueba ácida	20, 21	4	4	4	

Prueba severa	22	4	4	4	
Capital de trabajo	23, 24	4	4	4	



CPC Higo Yuán Collantes Palomino
CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
MATRICULA 04-1677
 Firma del evaluador
 DNI 16734957

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Anexo 2

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Guía de entrevista" La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	COLLANTES PALOMINO HUGO YVAN	
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social (X)
	Educativa ()	Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	CONTADOR PUBLICO	
Institución donde labora:	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación a usted le presento la guía de entrevista Evaluar las políticas y planificación de ventas e identificar cuáles son los factores que permiten una inadecuada gestión de v en la empresa CONSORCIO FARMACEUTICO ESTRELLAFARMA SAC ;" Elaborado por Yessenia Marisol Puelles Bustamante en el año 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.



dimensión o indicador que está midiendo.	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Políticas de ventas
- Objetivos de la Dimensión: Evaluar el manejo de las políticas de ventas que realiza la empresa.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Precio	1	4	4	4	
Disponibilidad de productos	2	4	4	4	
Ofertas para el público	3	4	4	4	

- Segunda dimensión: Planificación de ventas
- Objetivos de la Dimensión: Evaluar la planificación de ventas que está empleando la empresa.

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Objetivos de la empresa	4	4	4	4	
Estrategias de ventas	5,6	4	4	4	



Control de ventas	7,8	4	4	4	
-------------------	-----	---	---	---	--

- Tercera dimensión: Fuerza de ventas
- Objetivos de la Dimensión: Evaluar el proceso contable que lleva la empresa.

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Selección del personal	9, 10	4	4	4	
Capacitación del personal	11	4	4	4	
Incentivos al personal	12	4	4	4	


CPC: Hugo Yuán Collantes Palomino
CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
MATRÍCULA 04-1677
 Firma del evaluador
 DNI: 16734957

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2 hasta 20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).
 Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Anexo 2

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Análisis documental" La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	COLLANTES PALOMINO HUGO YVAN	
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social (X)
	Educativa ()	Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	CONTADOR PUBLICO	
Institución donde labora:	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación a usted le presento el análisis documental "Análisis de la liquidez de la empresa CONSORCIO FARMACEUTICO ESTRELLAFARMA SAC, periodo 2022;" Elaborado por Yessenia Marisol Puelles Bustamante en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.

dimensión o indicador que está midiendo.	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Ratios
- Objetivos de la Dimensión: Evaluar la liquidez de la empresa a través del uso de ratios de liquidez.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Liquidez corriente	$\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$	4	4	4	
Prueba ácida	$\frac{\text{Activo Corriente} - \text{Mercaderías}}{\text{Pasivo Corriente}}$	4	4	4	
Prueba severa	$\frac{\text{Efectivo}}{\text{Pasivos corriente}}$	4	4	4	
Capital de trabajo	$\text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$	4	4	4	



CPC Higo Yván Collantes Palomino
CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
MATRICULA 04-1877
Firma del evaluador
DNI: 16734957

Anexo 2

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario tipo Likert" La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Mg. Waldemar García Vera	
Grado profesional:	Maestría (<input checked="" type="checkbox"/>)	Doctor ()
Área de formación académica:	Clinica ()	Social ()
	Educativa (<input checked="" type="checkbox"/>)	Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Docencia	
Institución donde labora:	UCV	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años (<input checked="" type="checkbox"/>)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario **Determinar la influencia de la gestión de ventas en la liquidez de la empresa CONSORCIO FARMACEUTICO ESTRELLAFARMA SAC, periodo 2022** Elaborado por Yessenia Marisol Puelles Bustamante en el año 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.



dimensión o indicador que está midiendo.	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Políticas de ventas
- Objetivos de la Dimensión: Evaluar el manejo de las políticas de ventas que realiza la empresa.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Precio	1,2	4	4	4	
Disponibilidad de productos	3,4	4	4	4	
Ofertas al público	5	4	4	4	

- Segunda dimensión: Planificación de ventas
- Objetivos de la Dimensión: Evaluar la planificación de ventas que está empleando la empresa.

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Objetivos de la empres	6	4	4	4	
Estrategia de ventas	7,8	4	4	4	



Control de ventas	9	4	4	4	
-------------------	---	---	---	---	--

- Tercera dimensión: Fuerza de ventas
- Objetivos de la Dimensión: Evaluar los puntos de fuerza de venta con las que cuenta la empresa.

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Selección del personal	10	4	4	4	
Capacitación del personal	11	4	4	4	
Incentivos al personal	12	4	4	4	

- Cuarta dimensión: Ciclo de conversión del efectivo
- Objetivos de la Dimensión: Evaluar si se está realizando un correcto ciclo de conversión.

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Días de inventario	13,14	4	4	4	
Días de cuentas por cobrar	15,16	4	4	4	
Días de cuentas por pagar	17, 18	4	4	4	

- Quinta dimensión: Ratios
- Objetivos de la Dimensión: Evaluar la aplicación de ratios en los estados financieros de la empresa.

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Liquidez corriente	19	4	4	4	
Prueba ácida	20, 21	4	4	4	



Prueba severa	22	4	4	4	
Capital de trabajo	23, 24	4	4	4	

Firma del evaluador
DNI 16464114

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Anexo 2

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Guía de entrevista". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Waldemar R. García Vera	
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor ()
Área de formación académica:	Clinica ()	Social ()
	Educativa (X)	Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Docencia	
Institución donde labora:	UCV	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)		

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación a usted le presento la guía de entrevista. Evaluar las políticas y planificación de ventas e identificar cuáles son los factores que permiten una inadecuada gestión de ventas en la empresa CONSORCIO FARMACEUTICO ESTRELLAFARMA SAC ;" Elaborado por Yessenia Marisol Puelles Bustamante en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.



dimensión o indicador que está midiendo.	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Políticas de ventas
- Objetivos de la Dimensión: Evaluar el manejo de las políticas de ventas que realiza la empresa.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Precio	1	4	4	4	
Disponibilidad de productos	2	4	4	4	
Ofertas para el público	3	4	4	4	

- Segunda dimensión: Planificación de ventas
- Objetivos de la Dimensión: Evaluar la planificación de ventas que está empleando la empresa.

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Objetivos de la empresa	4	4	4	4	
Estrategias de ventas	5,6	4	4	4	



Control de ventas	7,8	4	4	4	
-------------------	-----	---	---	---	--

- Tercera dimensión: Fuerza de ventas
- Objetivos de la Dimensión: Evaluar el proceso contable que lleva la empresa.

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Selección del personal	9, 10	4	4	4	
Capacitación del personal	11	4	4	4	
Incentivos al personal	12	4	4	4	

Firma del evaluador
DNI: 16464113

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Anexo 2

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Análisis documental" La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Waldemar R, García Vera	
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor ()
Área de formación académica:	Clinica ()	Social ()
	Educativa (X)	Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Docencia	
Institución donde labora:	UCV	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación a usted le presento el análisis documental "Análisis la liquidez de la empresa CONSORCIO FARMACEUTICO ESTRELLAFARMA SAC, periodo 2022;" Elaborado por Yessenia Marisol Puelles Bustamante en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.



dimensión o indicador que está midiendo.	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Ratios
- Objetivos de la Dimensión: Evaluar la liquidez de la empresa a través del uso de ratios de liquidez.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Liquidez corriente	$\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$	4	4	4	
Prueba ácida	$\frac{\text{Activo Corriente} - \text{Mercaderías}}{\text{Pasivo Corriente}}$	4	4	4	
Prueba severa	$\frac{\text{Efectivo}}{\text{Pasivos corriente}}$	4	4	4	
Capital de trabajo	$\text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$	4	4	4	

Firma del evaluador
DNI: 16464114

Anexo 7: Autorización de la empresa, formato UCV



ANEXO 3 DIRECTIVA DE INVESTIGACIÓN N° 001-2022-VI-UCV AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 20600387414
CONSORCIO FARMACEUTICO ESTRELLAFARMA S.A.C.	
Nombre del Titular o Representante legal:	
Nombres y Apellidos: EDILSON MARIN FLORES	DNI: 71282739

Consentimiento:


De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (*), autorizo [X], no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
"Gestión de ventas y su influencia en la liquidez de la empresa CONSORCIO FARMACEUTICO ESTRELLAFARMA S.A.C, periodo 2022"	
Nombre del Programa Académico: Diseño del proyecto de investigación	
Autor: Nombres y Apellidos Yessenia Marisol Puelles Bustamante	DNI: 71066025

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lima, 07 de Octubre del 2023

CONSORCIO FARMACEUTICO
ESTRELLA FARMA S.A.C.
R.U.C. 20600387414

Firma y Sello: 
Edison Marin Flores
Gerente General

(Titular o Representante legal de la Institución)

(*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal " f " Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.

Autorización para realizar investigación

Yo, **Edilson Marin Flores** con DNI N° **71282739**, en calidad de representante de la empresa **CONSORCIO FARMACEUTICO ESTRELLAFARMA S.A.C.** Con el cargo de representante legal, mediante el presente se autoriza a los estudiantes:

1. **Yessenia Marisol Puelles Bustamante**, del X ciclo de la Escuela de Contabilidad, de la Universidad César Vallejo, filial Chiclayo, para que realicen su trabajo de investigación denominado "Gestión de ventas y su influencia en la liquidez de la empresa **CONSORCIO FARMACEUTICO ESTRELLAFARMA S.A.C.**, periodo 2022".

Lima, 07 de Octubre del 2023



CONSORCIO FARMACEUTICO
ESTRELLA FARMA S.A.C.
R.U.C. 30600387414

.....
Edilson Marin Flores
Gerente General

Firma y sello

Anexo 9: Estados financieros de la empresa

CONSORCIO FARMACEUTICO ESTRELLAFARMA SAC
RUC : 20600387414

BALANCE GENERAL DEL 01 DE ENERO 2021 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2021 (EXPRESADO EN SOLES)

<u>ACTIVO</u>		<u>PASIVO</u>	
<u>ACTIVO CORRIENTE</u>	S/	<u>PASIVO CORRIENTE</u>	S/
Efectivo y Equivalente de efectivo	28,572.00	Sobregiro Bancario	
Cuentas por cobrar comerciales		Tributos contraprestaciones por Pagar	9,632.00
Otras Cuentas Por Cobrar		Remuneraciones y Participaciones por Pagar	
Diversas		Cuentas por pagar Comerciales	
Existencias	135,482.00	Cuentas por pagar Diversas	
Otros Activos Corrientes		Beneficios Sociales por Pagar	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	164,054.00	TOTAL PASIVO CORRIENTE	9,632.00
<u>ACTIVO NO CORRIENTE</u>		<u>PASIVO NO CORRIENTE</u>	
Inmueble Maquinaria y Equipo	20,000.00	Ctas por Pagar Largo Plazo	-
Depreciacion Acumulada	(4,000.00)	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	-
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	16,000.00	 	
		<u>PATRIMONIO</u>	
		Capital Social	20,000.00
		Capital Adicional	
		Resultados Acumulados	122,569.00
		Resultado del Ejercicio	27,853.00
		TOTAL PATRIMONIO	170,422.00
TOTAL ACTIVO	180,054.00	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	180,054.00


 CARLOS A. SILCA YAURIMO
 C.P.C. 45096

CONSORCIO FARMACEUTICO ESTRELLAFARMA SAC
RUC N° 20600387414

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS REAL
DEL 01 DE ENERO 2021 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2021
(EXPRESADO EN SOLES)

Ventas Netas	168,377.00
Costo de Ventas / Servicio	<u>(115,616.00)</u>
Utilidad Bruta en Ventas	52,761.00
Gastos de Ventas	<u>-5600</u>
Utilidad Neta en Ventas	47,161.00
Gastos de Administracion	<u>(8,400.00)</u>
Utilidad Bruta de Operación	38,761.00
Ingresos Financieros	
Cargas Financieras	
Utilidad de Operacion	<u>38,761.00</u>
Otros Gastos Familiares	<u>-</u>
Cargas Excepcionales	<u>-55</u>
Utilidad o Perdida antes de impuesto	<u>38,706.00</u>
Impuesto a la Renta	<u>(10,853.00)</u>
Utilidad del Ejercicio	<u>27,853.00</u>


CARLOS ESULC MAURO
CPC. 45096

CONSORCIO FARMACEUTICO ESTRELLAFARMA SAC
RUC : 20600387414

BALANCE GENERAL
DEL 01 DE ENERO 2022 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2022
(EXPRESADO EN SOLES)

<u>ACTIVO</u>		<u>PASIVO</u>	
<u>ACTIVO CORRIENTE</u>	S/	<u>PASIVO CORRIENTE</u>	S/
Efectivo y Equivalente de efectivo	5,413.00	Sobregiro Bancario	
Cuentas por cobrar comerciales		Tributos contraprestaciones por Pagar	(6,584.00)
Otras Cuentas Por Cobrar	1,832.00	Remuneraciones y Participaciones por Pagar	451.00
Diversas		Cuentas por pagar Comerciales	46,276.00
Existencias	203,545.00	Cuentas por pagar Diversas	
Otros Activos Corrientes		Beneficios Sociales por Pagar	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	<u>210,790.00</u>	TOTAL PASIVO CORRIENTE	<u>40,143.00</u>
<u>ACTIVO NO CORRIENTE</u>		<u>PASIVO NO CORRIENTE</u>	
Inmueble Maquinaria y Equipo	20,000.00	Ctas por Pagar Largo Plazo	-
Depreciacion Acumulada	(6,000.00)	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	<u>-</u>
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	<u>14,000.00</u>	<u>PATRIMONIO</u>	
		Capital Social	20,000.00
		Capital Adicional	
		Resultados Acumulados	150,422.00
		Resultado del Ejercicio	14,225.00
		TOTAL PATRIMONIO	<u>184,647.00</u>
TOTAL ACTIVO	<u>224,790.00</u>	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	<u>224,790.00</u>


CARLOS E. VALDIVIA
CPC. 45036

CONSORCIO FARMACEUTICO ESTRELLAFARMA SAC
RUC N° 20600387414

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS REAL
DEL 01 DE ENERO 2022 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2022
(EXPRESADO EN EN SOLES)

Ventas Netas	148,763.00
Costo de Ventas / Servicio	(120,173.00)
Utilidad Bruta en Ventas	<u>28,590.00</u>
Gastos de Ventas	-3481
Utilidad Neta en Ventas	<u>25,109.00</u>
Gatos de Administracion	(5,222.00)
Utilidad Bruta de Operación	<u>19,887.00</u>
Ingresos Financieros	
Cargas Financieras	
Utilidad de Operacion	<u>19,887.00</u>
Otros Gastos Familiares	-
Cargas Excepcionales	<u>-94</u>
Utilidad o Perdida antes de impuesto	<u>19,793.00</u>
Impuesto a la Renta	<u>(5,568.00)</u>
Utilidad del Ejercicio	<u><u>14,225.00</u></u>


CARLOS E. SULCA YAUROMO
CPC. 45096

Anexo 10: Datos en SPSS

RESULTADOS FINALES TESIS.sav [ConjuntoDatos] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 27 de 27 variables

	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011	VAR00012	VAR00013	VAR00014	VAR00015	V
1	4,00	3,00	4,00	3,00	1,00	2,00	4,00	3,00	2,00	5,00	2,00	2,00	3,00	3,00	4,00	
2	5,00	4,00	5,00	4,00	4,00	4,00	3,00	3,00	2,00	4,00	2,00	2,00	4,00	4,00	3,00	
3	4,00	4,00	5,00	4,00	4,00	4,00	3,00	2,00	2,00	4,00	3,00	2,00	4,00	4,00	2,00	
4	5,00	1,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	
5	5,00	4,00	5,00	4,00	4,00	4,00	3,00	3,00	2,00	4,00	2,00	2,00	4,00	4,00	3,00	
6	5,00	4,00	5,00	3,00	2,00	4,00	3,00	2,00	2,00	4,00	4,00	2,00	5,00	4,00	3,00	
7																
8																
9																
10																
11																
12																
13																
14																
15																
16																
17																
18																
19																
20																
21																
22																

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ACTIVADO

Anexo 11: Datos en Excel

RESULTADOS GESTION DE VENTAS.xlsx - Excel

Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda ¿Qué desea hacer?

	Datos				Margen de Utilidad		
	Activo corriente	Pasivo corriente	Liquidez General		Utilidad Bruta	Ventas	Bruta
2021	S/ 164.054,00	S/ 9.632,00	17,03		S/ 52.761,00	S/ 168.377,00	S/ 0,31
2022	S/ 210.790,00	S/ 40.143,00	5,25		S/ 28.590,00	S/ 148.763,00	S/ 0,19
Nota. Elaboración propia con información brindada por contabilidad 2023.							
	Activo corriente	Pasivo corriente	Mercadería	Prueba ácida			
2021	S/ 164.054,00	S/ 9.632,00	S/ 135.482,00	2,97			
2022	S/ 210.790,00	S/ 40.143,00	S/ 203.545,00	0,18			
Nota. Elaboración propia con información brindada por contabilidad.							
	Datos		Prueba absoluta		Margen de Utilidad		
	Electivo	Pasivo corriente			Utilidad Neta	Ventas	Neta
2021	S/ 28.572,00	S/ 9.632,00	2,97		S/ 27.853,00	S/ 168.377,00	S/ 0,17
2022	S/ 5.413,00	S/ 40.143,00	0,13		S/ 14.225,00	S/ 148.763,00	S/ 0,10
Nota. Elaboración propia con información brindada por contabilidad.							
	Activo corriente	Pasivo corriente	Capital de Trabajo				
2021	S/ 164.054,00	S/ 9.632,00	S/ 154.422,00				
2022	S/ 210.790,00	S/ 40.143,00	S/ 170.647,00				
Nota. Elaboración propia con información brindada por contabilidad.							

Anexo 12: Encuesta aplicada a los trabajadores

ENCUESTA PARA DETERMINAR LA INFLUENCIA DE LA GESTIÓN DE VENTA

Se han guardado todos los cambios en Drive

Preguntas Respuestas 6 Configuración

ENCUESTA PARA DETERMINAR LA INFLUENCIA DE LA GESTIÓN DE VENTAS EN LA LIQUIDEZ DE CONSORCIO FARMACEUTICO ESTRELLAFARMA SAC

En el presente cuestionario se desea conocer su percepción con respecto a la influencia de la gestión de ventas sobre la liquidez en CONSORCIO FARMACEUTICO ESTRELLAFARMA SAC ;teniendo como objetivo evaluar la importancia de dicha influencia. La información que otorgue será manejada con discrecionalidad y anonimato, por ello, se le agradece se sirva a contestar con la mayor objetividad posible.
Teniendo en cuenta las siguientes opciones:
1 (Totalmente en desacuerdo), 2 (En desacuerdo), 3 (Indeciso), 4 (De acuerdo) y 5 (Totalmente de acuerdo)

Este formulario recoge automáticamente los correos de todos los encuestados. [Cambiar configuración](#)

ENCUESTA PARA DETERMINAR LA INFLUENCIA DE LA GESTIÓN DE VENTA

Preguntas Respuestas 6 Configuración

6 respuestas

[Ver en Hojas de cálculo](#)

No se aceptan más respuestas

Mensaje para los encuestados

Ya no se aceptan respuestas en este formulario

Resumen **Pregunta** Individual

Usuarios que han respondido

Correo electrónico
diana.asencio.montenegro@gmail.com
marinedilson983@gmail.com
letpaico075@gmail.com
ronaldmontenegro046@gmail.com
marinloreu@gmail.com
cyauri333@gmail.com