



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Gestión de ventas y control administrativo en una empresa de
distribución de tecnología de Miraflores, 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTORES:

Barbaran Becerra, Jackeline Veronica (orcid.org/0000-0003-1708-1874)

Pardo Ramos, Jorge Eder (orcid.org/0000-0001-5596-1237)

ASESORA:

Dra. Luna Gamarra, Magaly Ericka (orcid.org/0000-0002-7543-9275)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2022

Dedicatoria

A nuestra familia, por brindarnos su apoyo y comprensión en este largo camino de nuestra formación profesional.

Agradecimiento

A Dios por darnos fortaleza y oportunidad de continuar con vida y salud en etapa de nuestras vidas.

Índice de contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de gráficos y figuras.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	15
3.1 Tipo y Diseño de investigación.....	15
3.2 Variables y Operacionalización.....	15
3.3 Población, muestra censal y unidad de análisis.....	21
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	22
3.5 Procedimientos.....	23
3.6 Método de análisis de datos.....	23
3.7 Aspectos éticos.....	23
IV. RESULTADOS.....	24
V. DISCUSIÓN.....	38
VI. CONCLUSIONES.....	42
VII. RECOMENDACIONES.....	44
REFERENCIAS.....	46
ANEXOS.....	53

Índice de tablas

Tabla 1 <i>Distribución de frecuencia de la variable gestión de ventas.....</i>	24
Tabla 2 <i>Distribución de frecuencia de la dimensión planificación de la fuerza de venta</i>	25
Tabla 3 <i>Distribución de frecuencia de la dimensión organización de la fuerza de venta.....</i>	26
Tabla 4 <i>Distribución de frecuencia de la dimensión dirección de la fuerza de venta</i>	27
Tabla 5 <i>Distribución de frecuencia de la dimensión control de la fuerza de venta</i>	28
Tabla 6 <i>Distribución de frecuencia de la variable control administrativo</i>	29
Tabla 7 <i>Distribución de frecuencia de la dimensión supervisión.....</i>	30
Tabla 8 <i>Distribución de frecuencia de la dimensión comparación</i>	31
Tabla 9 <i>Distribución de frecuencia de la dimensión corrección</i>	32
Tabla 10 <i>Grado de relación según el coeficiente de correlación de Spearman</i>	33
Tabla 11 <i>Correlación entre la gestión de venta y control administrativo</i>	34
Tabla 12 <i>Correlación entre la gestión de venta y la supervisión</i>	35
Tabla 13 <i>Correlación entre la gestión de venta y la comparación.....</i>	36
Tabla 14 <i>Correlación entre la gestión de venta y la corrección.....</i>	37

Índice de gráficos y figuras

Figura 1	<i>Diagrama de barras de la variable gestión de ventas.....</i>	24
Figura 2	<i>Diagrama de barras de la dimensión planificación de la fuerza de venta</i>	25
Figura 3	<i>Diagrama de barras de la dimensión organización de la fuerza de venta ...</i>	26
Figura 4	<i>Diagrama de barras de la dimensión dirección de la fuerza de venta</i>	27
Figura 5	<i>Diagrama de barras de la dimensión control de la fuerza de venta.....</i>	28
Figura 6	<i>Diagrama de barras de la variable control administrativo.....</i>	29
Figura 7	<i>Diagrama de barras de la dimensión supervisión.....</i>	30
Figura 8	<i>Diagrama de barras de la dimensión comparación</i>	31
Figura 9	<i>Diagrama de barras de la dimensión corrección</i>	32

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar qué relación existe entre la gestión de ventas y el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores ,2022. Se realizó bajo una metodología de tipo básica, orientada de segundo nivel con un enfoque cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal y de nivel correlacional. La población estuvo conformada por 34 colaboradores del área comercial, se aplicó un cuestionario en la escala de Likert. El análisis descriptivo e inferencial se obtuvo como resultado un coeficiente de correlación de Spearman de 0,612 y una significancia bilateral de 0,00. Finalmente, se llegó a la conclusión que existe relación significativa entre la gestión de ventas y el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores ,2022.

Palabras clave: Gestión de ventas, control administrativo, teoría del intercambio, teoría del proceso administrativo, distribuidora de equipos informáticos.

Abstract

The general objective of this research was to determine the relationship between sales management and administrative control in a technology distribution company in Miraflores, 2022. It was carried out under a basic type methodology, oriented to the second level with a quantitative approach, non-experimental cross-sectional design and correlational level. The population was made up of 34 collaborators from the commercial area; a questionnaire was applied on the Likert scale. The descriptive and inferential analysis resulted in a Spearman's correlation coefficient of 0.612 and a bilateral significance of 0, 00. Finally, it was concluded that there is a significant relationship between sales management and administrative control in a technology distribution company in Miraflores, 2022.

Keywords: Sales management, Administrative control, Theory of Exchange, Theory of the Administrative Process, Distributor of computer equipment

I. INTRODUCCIÓN

La gestión de ventas ha ganado una posición significativa en el mundo de hoy; tal es así que la importancia radica en lo beneficioso de generar rentabilidad y abarcar nuevos nichos de mercado, asimismo existen errores en el control administrativo que hacen más importante la correcta implementación de la gestión de ventas.

A nivel internacional, (Gil y Moreno, 2021) afirma que, los sistemas de gestión se han convertido en facilitadores para el desarrollo y logro de los objetivos corporativos trazados por las organizaciones, aumentan la productividad, identifican problemas, suman valor a la administración y gestión de recursos y mejoran el control de manera estratégica en referencia a las necesidades de las áreas interesadas. Por consiguiente, en la actualidad en el mundo se exige que las empresas, sin revisar en el rubro al que se dedican, puedan prepararse, decidir y adaptarse a los cambios que requiere la globalización, cabe recalcar que últimamente ha incrementado la necesidad de tener un correcto control administrativo correspondiente a la gestión de ventas. Con los años las empresas se han enfocado en crecer a nivel de venta y han descuidado el control administrativo. Las empresas que gestionan ventas, existe escasez en los objetivos marcados, cómo, por ejemplo, instaurar objetivos semanales, la cual permitirá que los equipos de ventas puedan ordenar su labor, varios asesores de ventas concuerdan en que, si no se establecen objetivos específicos, sus actividades laborales no estarían calendarizadas, asimismo, terminan teniendo muchos tiempos muertos. Además, también indican que debería haber reuniones que permitan establecer los objetivos generales y específicos para el seguimiento del trabajo de la fuerza de ventas. Existe una negativa a las aplicaciones de gestión comercial, sabemos de las numerosas virtudes que nos permiten tener las tecnologías comerciales, sabemos que una gran cantidad de empresas no se refieren con uno de ello. Por lo tanto, el control administrativo resulta primordial para medir el desempeño del área comercial respecto a los objetivos alcanzados generando así rentabilidad para la empresa.

A nivel Nacional, según la revista Gestión (2019, Julio), indica que las empresas elevan sus ventas en un 25% al automatizar sus procesos de control administrativo. Teniendo la información actualizada y en línea, sería factible otorgar un servicio diferenciado a los asiduos. Cuando exista alguna duda sobre los productos, podremos saber con mucha facilidad las cantidades, precios, estatus de mercadería, etc. Todo ello se puede visualizar con facilidad y en tiempo real también nos permitirá asistir con prontitud y exactitud a los asiduos clientes.

Según IPAE (2016, Marzo) Acción Empresarial en el Perú se tiene que una de cada cuatro medianas empresas tiene pérdidas de la mitad de sus ventas debido a su mala gestión en ventas.

A nivel local, el presente estudio se realizará en una empresa privada de distribución de tecnología de Miraflores, que pertenece al rubro comercial tecnológico, inició su actividad en el año 1992 y hoy por hoy la empresa está considerada uno de los cuatro canales autorizados en modalidad de arrendamiento operativo y outsourcing de impresión en el Perú. Asimismo, la empresa es una entidad privada con profesionales capacitados y dedicada a la venta de equipos tecnológicos. Se ha observado que los resultados son inconmensurables, hecho que genera se pierde competitividad, desgasta la colaboración del personal, se agotan los recursos que agregan poco valor al servicio, entre otros, son algunos de los principales inconvenientes que afrontan la empresa y atraviesa de manera transversal a otras áreas como créditos y logística. Dentro de la empresa una de las causas por la que se desea implementar el control administrativo, el cual no se aplica correctamente debido a la ausencia de información que permita ejercer en base de indicadores, lo que implica no tomar medidas estratégicas antes del cierre de cada trimestre (Q). La poca efectividad en la gestión de ventas, no permite llegar a los objetivos perjudicando directamente el resultado operativo de la empresa, por consecuencia al salario de los asesores comerciales, trayendo consigo también una constante rotación en la jefatura.

Por lo tanto ,la investigación inicia con la observación de un problema, en el que se declara aquel suceso que despertó interés, por ello se ha procedido a resolver la

siguiente pregunta de la investigación ¿Qué relación existe entre la gestión de ventas y el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022? y como problemas específicos podemos mencionar ¿Qué relación existe entre la gestión de ventas y la supervisión en el control administrativo de una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022? ¿Qué relación existe entre la gestión de ventas y la comparación en el control administrativo de una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022? ¿Qué relación existe entre la gestión de ventas y la corrección en el control administrativo de una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022?

La justificación de la investigación posibilitará constatar el desarrollo del proceso por el cual deseamos conocer la relación entre la gestión de ventas y control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022. Referente a la justificación teórica, la gestión de ventas se sostiene en la Teoría del Intercambio. Asimismo, el control administrativo se sostiene en la Teoría del Proceso Administrativo cuyo aporte permitirá encontrar la relación entre la gestión de ventas y control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022. En consideración a la Justificación práctica, poner a disposición de los gerentes la investigación con el propósito que se pueda implementar procesos más dinámicos y herramientas de gestión de ventas. Hay que considerar que para las empresas las ventas son el eje principal del negocio y la gestión realizada; hará posible ello relacionado con el control administrativo para medir las metas, realizar una proyección sustentada al historial de ventas y capacidad operativa. Por otro lado, la Justificación metodológica, se han construido instrumentos de recolección el cual fueron validados por un juicio de expertos determinando una confiabilidad. Finalmente, la Justificación social, de la presente investigación tiene la finalidad de mejorar la calidad de vida de los stakeholders, referente a la relación entre la gestión de ventas y el control administrativo.

Proponiendo los siguientes objetivos en la presente investigación, donde la finalidad general de la investigación es: Determinar la relación que existe entre la gestión de ventas y el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022. Así mismo tenemos como objetivos específicos. Determinar la relación

entre gestión de ventas y la supervisión en el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022. Determinar la relación entre gestión de ventas y la comparación en el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022. Determinar la relación entre gestión de ventas y la corrección en el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022.

Y por último la hipótesis de la investigación, en su hipótesis general, existe relación positiva entre la gestión de ventas y el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022. Así mismo mencionar Hipótesis Específicas; existe relación positiva entre gestión de ventas y la supervisión en el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022. Existe relación positiva entre gestión de ventas y la comparación en el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022. Existe relación positiva entre gestión de ventas y la corrección en el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022.

II. MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo está compuesto por los antecedentes internacionales y nacionales básica, teórica y enfoque conceptuales

Entre los antecedentes internacionales podemos mencionar a Bullemore y Cristóbal (2021), cuya investigación tuvo como objetivo conocer cómo afectó la crisis producida por el Covid-19 en la venta comercial en Chile, va determinar que herramientas de gestión usarán las empresas para redimir la colisión de la pandemia, notar esta colisión como una consecuencia temporal. La muestra estuvo conformada por 75 empresas. Según los resultados mencionan que la mayor parte de las empresas ha estado supervisando la actividad de ventas, llamadas a clientes existentes y enviado cotizaciones. Se concluye que, la epizootia produce pérdidas afectando considerablemente la productividad y rentabilidad comercial en las organizaciones.

Por otro lado, Bravo (2020), tuvo como fin establecer la relación que existe entre la variable control interno y la variable gestión de ventas. La metodología fue hipotético-deductivo, diseño no experimental transversal, la muestra estuvo conformada por 15 trabajadores, fue censal no probabilística, los datos fueron procesados mediante el cuestionario, presentando el resultado con una significancia de 0.180 con una correlación de 0.892 lo que significa que no existe relación entre control interno y la gestión de ventas de la empresa.

Por otra parte, Luciani et al., (2019), su objetivo fue poder estatuir mejoras en la competitividad interna en la pequeña y media empresa en Ecuador. En referencia a la metodología se empleó en el método empírico en lo fundamental, La muestra estuvo conformada por 170 funcionarios, micros y pequeñas empresas del sector. En consecuencia, menciona trabas en la variable comercialización especialmente en la gestión de ventas. Se concluye que es necesario proponer un plan de mejoras que implique desarrollar y evoluciona en el rubro en Ecuador.

Por consiguiente, Tawfeeq (2021), tuvo como finalidad esclarecer la naturaleza del enlace entre el control administrativo y el comportamiento en Basora - Irak. Como instrumento de estudio se empleó la encuesta considerando las opiniones de una muestra de empleados de la Autoridad General de Impuestos en Basora Gobernación. Dicha investigación se utilizó estadística descriptiva. Utilizando métodos estadísticos como el programa estadístico SPSS para analizar los datos. A la luz de los resultados del análisis, los investigadores llegaron a un conjunto de conclusiones, siendo las más importantes de la existencia de un efecto moral de control administrativo, y esto denota la conveniencia de la dirección en la organización de investigación y un porcentaje aceptable para aplicar estos mecanismos con comportamientos coherentes y equilibrados con todos. Se concluye que es necesario activar su papel en el desarrollo de diferentes políticas y planes mediante la adopción del enfoque de control administrativo.

Según Constantine et al., (2018), exhortan a romper años de paradigmas pragmáticos aduciendo que toda la literatura que examina el efecto de la Gestión de ventas y Control Administrativo en el desempeño de los vendedores está, en el mejor de los casos, equivocada. El objetivo principal de los autores, según su investigación con metodología experimental, es que los vendedores se basan sobre dos tipos de aprendizaje: exploratorio y explotador, el primero soportado sobre las promociones, beneficios y metas; mientras que el segundo basado fuertemente en la prevención. Como conclusión, indican los autores que, aunque los vendedores usan indistintamente estos dos aprendizajes, mucho dependerá del tipo de la gestión y ventas y controles administrativos usados.

Por otra parte, Gil (2018), la finalidad de esta pesquisa es comprender cómo marchan los Sistemas de Control Administrativos en un entorno de descubrimiento en Guadalajara -México. En particular, el estudio de caso es exploratorio, puesto que, por las características empíricas, es un área nueva para la investigación en el tema; a la vez, es también explicativo. La población son programadores, desarrolladores de software, artistas visuales, un abogado, un administrador y un contador. El análisis resuelve que,

se desarrolló para utilizar controles informales que faciliten la innovación en el progreso de los productos.

Del mismo modo, Rodríguez y Martins (2019), este artículo tiene como objetivo explicar las relaciones entre las capacidades de ventas, que se dividen en ventas personales y dirección del equipo de ventas en Brasil. Se realizó una encuesta con 223 empresas que se dividieron según sus actividades: desarrolladores de software/servicios y empresas que solo ofrecen servicios en el departamento de las Tics. Como resultado las dos capacidades de ventas (personal y gerencial) inducen un desempeño diferente. En segundo lugar, el efecto de mediación refuerza que la suficiencia de la fuerza de ventas es más fuerte que la capacidad de venta personal. En tercer lugar, en las empresas de servicios es importante desarrollar capacidades de venta personal. Se concluye que, muestran que las empresas de software/servicios presentan un comportamiento diferenciado de las empresas de servicios.

Por lo tanto, Tiomatsu et al., (2018), este artículo tiene como finalidad indagar el enlace entre las percepciones de la dimensión habilitante y la validez técnica de los informes de la dirección de ventas en el rubro de seguros y el desempeño de sus gerentes de ventas en Brasil. Las empresas invierten recursos en brindar informes de gestión para que los gerentes de negocios tomen decisiones. Los resultados pueden ser de utilidad para organizaciones que estén tomando decisiones de invertir en informes de gestión, mostrando que la validez técnica es lo que más influye en el uso de estos informes, al menos en el corto plazo, lo que también es un aporte a la teoría. Los datos secundarios se combinaron con una encuesta de 231 encuestados de una compañía de seguros y se estudiaron empleando la técnica de modelado de ecuaciones estructurales (SEM) a través de pequeños cuadrados parciales (PLS). El artículo contribuye a la literatura y práctica de la contabilidad de gestión al demostrar que, a diferencia de estudios anteriores, la dimensión habilitante no influye positivamente en el uso de informes de gestión. Por otro lado, el estudio muestra que la validez técnica, que es una dimensión más tangible de la calidad de los informes de gestión, se asocia positivamente con su uso y que este uso influye en el desempeño de los gerentes de ventas.

Asimismo, Malek et al., (2018) expuso como objeto de estudio analizar la relación entre la formación de los trabajadores y el desempeño organizacional. La metodología fue estadística e inferencial, empleo el muestreo aleatorio estratificado o conformada por 148 trabajadores. Finalmente concluyó que se debe considerar una política fundamental para el desempeño dentro de la organización. Tal es así se respalda en investigaciones realizadas en diferentes contextos, promoviendo la formación de los vendedores.

Pero en el Perú no es ajeno a este tipo de investigaciones, es así que García, et al., (2021), tuvo como propósito observar las sucesiones de gestión empresarial que llevan a cabo los productores de banano en Sullana-Perú. Dicho estudio fue de tipo descriptivo y de enfoque cuantitativo. La muestra estuvo compuesta por el colectivo. Las técnicas empleadas para esta investigación fueron consideradas la entrevista y grupo de trabajo. Como consecuencia mencionan, existe un nivel alto del manejo de herramientas de dirección, proyecto útil anual, presupuestos, flujo de caja. Se resuelve que, hay etapas diferenciadas de progreso de la dirección de ventas.

Asimismo, Heredia y Murga (2020), tuvo el objetivo de examinar el Sistema de Control Interno y la Gestión Administrativa. La pesquisa fue de estudio cuantitativo, descriptivo, no experimental. La herramienta empleada fue la encuesta, con una población de 15 trabajadores. Finalmente concluyó que el 73 % no cuenta con un plan estratégico, es por ello que lo perciben ineficiente; adicional a ello el 67% percibe que no tienen un plan efectivo; cotejar el Sistema de Control Interno con modelo coso; concluyeron que la empresa si cumple con algún principio del modelo COSO III.

Por otra parte, Luciani et al., (2019), tuvo como objetivo poder estatuir mejoras en la competitividad interna en la pequeña y media empresa en Ecuador. En referencia a la metodología se empleó en el método empírico en lo fundamental, La muestra estuvo conformada por 170 funcionarios, micros y pequeñas empresas del sector. En consecuencia, menciona trabas en la variable comercialización especialmente en la gestión de ventas. Se concluye que es necesario proponer un plan de mejoras que implique desarrollar y evoluciona en el rubro en Ecuador.

Rumiche (2019), en su investigación determina la relación entre la gestión administrativa y las ventas. La pesquisa fue de estudio tipo descriptivo, aleatorio simple, cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal. La muestra estuvo conformada por 86 clientes. Empleo el cuestionario como instrumento y la técnica empleada fue la encuesta. Teniendo como muestra 86 clientes. Finalmente concluyó que existe relación entre ambas variables.

Se menciona también, Clarke et al., (2018), indica que el presente estudio tiene como objeto brindar una herramienta con el fin de optimizar y mejorar a la Gestión Comercial partiendo del análisis de la conducta del cliente, al realizar una compra, se utilizaron los métodos teóricos: la revisión documental y bibliografía. El resultado se menciona que la gestión comercial cumple una función importante en el proceso y permite contribuir información importante en la toma de decisiones.

Por otro lado, Rodriguez y Pinedo, (2021), tuvo como objeto de estudio determinar la relación del control interno y la gestión de ventas, la pesquisa fue aplicada con un diseño no experimental, de nivel descriptiva y correlacional; la muestra estuvo conformada por 179 emprendedores. Arrojando los resultados que, pocas veces los empresarios asumen la responsabilidad de supervisar para el buen funcionamiento del control interno, esto conlleva a que los objetivos de riesgos no son del todo claros, igualmente casi nunca se traslada al colectivo la información del control interno, tal es así que se percibe que las supervisiones son casi nulas. Concluyendo un nivel de significancia de 0.000 con un coef. de correlación (ρ) de 0.892 resultando una relación positiva y considerable por lo que ambas variables se relacionan significativamente.

Prieto, (2019) tuvo como propósito examinar la relación entre control interno y proceso de administración de ventas. La pesquisa fue de tipo básica, descriptivo correlacional y diseño no experimental de corte transversal. La población conformada por 30 trabajadores, siendo la muestra censal. La investigación tuvo como conclusión final que existe correlación positiva fuerte en las dos variables.

Cabe recalcar Vásquez, (2021) en su investigación tuvo como propósito investigar las Mypes las cuales emplean un 60% de la población económicamente activa en el Perú. La actual pesquisa de tipo no experimental busca certeza del enlace entre componentes críticos y la aceptación de las Tics en las empresas de este tipo. Para ello se llevó a cabo una encuesta a 179 empresarios. Los resultados obtenidos dicen que once factores tienen una conveniencia favorable para la acogida de la tecnología de información y tres se tirria. Se finalizó con un nuevo modelo de adopción de tecnologías de la información para este sector de empresas en referencia a los 11 factores.

Finalmente, Pacheco y Rodríguez (2019), la finalidad de este artículo se basa en explicar cómo las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son empleadas en la gestión empresarial como estrategias que cooperan en el desarrollo y viabilidad de las organizaciones. La pesquisa fue de tipo documental. Para el estudio de la investigación recabada se emplearon dos niveles, siendo el primero de nivel monográfico determinado a la verificación de las fuentes y el segundo es la factibilidad de las asociaciones. El resultado final de esta indagación demuestra la significación de las TIC de forma inteligente, como un planeamiento competitivo que simplifica la toma de decisiones, reduce los momentos de respuesta y aumenta el flujo de dato entre los actores, de manera que facilite el crecimiento de la eficiencia y eficacia de los grupos en relación con lo planteado.

Todas las investigaciones anteriormente mencionadas presentan sus argumentos teóricos en el entorno de la gestión de ventas, relacionándolo con el control administrativo que deben tener en cuenta todos los trabajadores de una empresa.

Según Antúnez, (2014) afirma que la gestión de las ventas muestra que la planificación y control del personal de venta, también incluye el reclutamiento con el perfil de puesto, la selección y formación del personal, la supervisión, remuneración, motivación, delegación y la determinación de rutas, todas estas actividades mencionadas se adjudican directamente a la fuerza de ventas.

Por lo tanto, según Da Silva (2017) sostiene que una gestión de ventas eficaz es aquella que desarrolla y mantiene procesos comerciales eficientes que agregan valor al cliente y hacen que las experiencias de compra de sus clientes sean mágicas. Los vendedores motivados son creativos, responsables, autónomos y logran metas.

Tejeda et al., (2015) Afirma que, para disminuir esta distancia entre la adquisición y comercialización de las mercaderías, es fundamental saber lo que desea el consumidor, poder mejorar sus expectativas y resumirlas en mejoras de ganancias por la gestión de ventas.

Singh (2020) Afirma inicialmente, que la "gestión de ventas" se une al mando de los empleados que conforman la fuerza de ventas. Pero, ha ganado una reputación considerable en la actualidad. Por lo tanto, en la gestión de ventas significaba el cometido de todo el ejercicio que comprende el marketing y engloba promociones, la exploración de mercados, la repartición física, la unificación de precios y la distribución de productos.

Asegura que el proceso de generar ventas de forma eficiente y efectiva a través de la planificación, coordinación y supervisión de otros. Las actividades del ejercicio de investigación incluyen el reclutamiento, selección de perfil de puesto, formación que conforma la fuerza de ventas (p. ej., capacitación, materiales impresos o muestras), supervisar y coordinar los esfuerzos de ventas (p. ej., asignar territorios o rutas) y otras actividades de motivación y recursos humanos.

Según Bateman y Snell (2009), el control administrativo se precisa como cualquier proceso que conduce las acciones del colectivo con la finalidad de llegar a las metas designadas por la organización. El trabajo de los administradores es asegurar la eficacia de las actividades del ejercicio conforme a lo planificado. Adicionalmente Bateman y Snell, que las dificultades de control o el control equivocado con regularidad ocasionan deterioro irremediable en la estructura. Se concluye que los problemas que inicia desde el robo de los empleados hasta el contratiempo que conducen al agotamiento.

Según Gómez (2016) el control administrativo es el proceso que facilita afianzar el ejercicio real y que se mida con el ejercicio proyectado. El control ejerce a los administradores para observar la eficacia de su ejercicio de planeación, organización y dirección.

Pérez y Barbarán (2021) el control administrativo es establecido como hecho a través de la cual se pueden controlar y llevar a cabo el monitoreo correspondiente a las actividades y procesos que se mueven dentro de una institución pública de tal forma que se pueda realizar una buena gestión institucional.

Stoner y Gilbert (2011) el control administrativo garantiza que los medios y el ejercicio logren considerables metas, como un considerable porcentaje de entregas a tiempo, bajo costo unitario de producción o alta confiabilidad del producto.

Márquez (2003) el control administrativo se sustenta en el ejercicio de seguimiento de acciones de naturaleza de predisposición, así como una posterior comprobación, con el objetivo de garantizar la correcta gestión de los RRHH, activos y financieros, la aplicación de los fondos públicos y la consecuencia de los resultados presagiado por la misma administración.

Grande y Abascal (2014) La investigación mercantil no ha surgido por posteridad espontánea. Ha sido el fruto de un largo proceso de almacenamiento de conceptos e implementos de medición cualitativas y medición cuantitativa, que se han requerido para absolver cuestiones, distinguir la realidad o tomar decisiones.

Arguello et al., (2020) el control figura en un proceso de administración, así mismo presente en cada una de las etapas principales de los procesos administrativos. Su nexo con los procesos de planificación, organización y dirección autoriza el cumplimiento del fin planteado. El control supervisa la correcta implementación según lo estipulado en la planificación, los recursos materiales y el adecuado clima laboral de la organización.

De tal forma, es primordial reconocer las teorías referidas a la gestión de ventas, que guiarán a la ruta para el análisis de la validez en estudio.

En relación a las Teorías relacionadas a las variables podemos mencionar que siendo Henry Fayol que nos indica la delegación de las actividades en 06 funciones básicas de una empresa entre ellas, la función técnica representante de la producción, funciones comerciales enfocada en las compras y ventas, funciones financieras la cual administra el dinero. Por consiguiente, la *Teoría Clásica de la administración* enlaza con la variable gestión de ventas y tienen objetivos comerciales que permiten medir la productividad laboral debido al incremento de las ventas y se llegan a lograr los incentivos motivadores para todos los colaboradores.

Con respecto a la *Teoría del Intercambio* citado por Morales (1978) cuyo autor es Peter Blau está basada en los incentivos hecho que constituye el crecimiento efectivo de las actividades que desempeña el colaborador, por consiguiente, lo que se logre en la organización va a supeditarse de la cantidad y calidad de los incentivos.

Por otro lado reconoce que un número de conductas sociales, no necesariamente constituyen un intercambio. Por ello menciona que una asociación entre individuos se relaciona a una simpatía y aprobación social mutua, la cual están basadas en la ilusión de obtener incentivos, de por sí, no necesariamente constituye un intercambio, porque la aceptación social al ser intercambiada deteriora su valor, pues deja de ser verdadera y original.

Teoría de la Administración Científica según Taylor citado por Mancheno et al., (2019) sostiene que el conocimiento explícito de los trabajadores debe ser transmitido en función de lograr la colaboración del obrero; es por ello que en este periodo se logra

calcular el valor de un día laboral justo. Taylor busco el mejor método de trabajo, por ello emana a ensayar con incentivos para mayor esfuerzo, se enmarca al hombre con un deseo de querer obtener más. Tal es así que los incentivos motivarán a ganar más a la fuerza de ventas.

Según Chiavenato (2019) menciona *La Teoría de la Administración Científica* de Taylor se basa en que, a través de métodos científicos, se conseguía visionar los perfiles de puesto, capacitando a los vendedores para adquirir la mejor eficiencia posible del equipo.

Por otro lado, es importante reconocer las teorías referidas al control administrativo, que serán la ruta para el análisis de la realidad en estudio.

Podemos mencionar según Henry Fayol en la *Teoría Clásica de la Administración* citado por Isairías y Lozano (2011), porque nos menciona que tiene restricciones en su apreciación del recurso humano, dicha apreciación dio pie a profesionales como sociólogos, psicólogos, los cuales realizaron algunos análisis y dio como resultado relevantes puntos para la contribución administrativa.

Por consiguiente, la *Teoría del Proceso Administrativo* de Henry Fayol citado por Blandez (2016) determino cuatro funciones vitales dentro de ella el control, para ello se sustenta en la revisión de lo planificado y lo alcanzado, la cual implica determinar las actividades que requieren ser controladas y los mecanismos de control que se van a emplear, es por ello que esta teoría se relaciona con el control administrativo.

Frederick Taylor referente “El padre de administración científica” ensayo poder adjudicar métodos científicos siendo una de ellas observación y la medición a las dificultades de la administración para recabar mayor eficacia. Fundamentó su estrategia en cuatro principios de planeación, preparación control y ejecución. Es por ello que la *Teoría Científica de la administración* está relacionada con la variable control administrativo ya que las ventas requieren el monitoreo de sus actividades con el fin que se realice de manera eficiente.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y Diseño de investigación

Tipo de investigación

La investigación fue de tipo básica orientada de segundo nivel se basa en la contratación de hipótesis, según Ander – Egg (2011) sostiene; que se realiza con el objetivo de desarrollar los entendimientos teóricos para el adelanto de una determinada ciencia.

Diseño de investigación

Hernández et al., (2014) sostiene que el diseño es no experimental porque al realizar la investigación no existe alteración de sus variables, ya que se analizaran tal cual ocurrieron los hechos, es correlacional porque busca contrastarlas hipótesis planteadas, debido a que se indaga el enlace a través de las dos variables y es de enfoque es cuantitativo, para tener resultados numéricos.

3.2 Variables y Operacionalización

Variable 01. Gestión de ventas.

Según Antúnez (2014) sostiene que la gestión de las ventas es la planificación por un lado y el control del personal de venta por otro, este incluye a la selección, la formación, delegación y la determinación de rutas, debido a que esta tarea se relaciona directamente con la fuerza de ventas.

Definición operacional

La variable gestión de ventas será operacionalizada bajo las siguientes dimensiones las cuales nos indica que son planificación, organización, dirección y control de la fuerza de venta.

Dimensión 1. Planificación de la fuerza de venta comprende todo el proceso inicial de la formación del equipo de trabajo. (a) el reclutamiento, (b) selección, (c) formación.

Lopez et al., (2015) se puede afirmar que la planificación de la formación tiene implicancia de manera positiva y de modo relevante al rendimiento de los vendedores desde la perspectiva de los encargados que tiene decisión en la fuerza de ventas.

Dimensión 2. Organización de la fuerza de venta, aquí se determina criterios para la estructuración (a) delegación, (d) determinación de rutas.

Bullemore y Cristóbal (2017) sostiene que las organizaciones de ventas pueden ayudar a los nuevos vendedores al proporcionar mentores durante el entrenamiento. Los gerentes deben tratar de desarrollar y fomentar un clima de formación favorable.

Dimensión 3. Dirección de la fuerza de venta comprende (a) la remuneración, (b) la motivación.

Valbuena (2013) sostiene que la dirección de la fuerza de ventas interactúa de forma cohesionada con los vendedores a través del empeño y compromiso mutuo direccionado a un solo objetivo.

Dimensión 4. Control de la fuerza de ventas comprende (a) supervisión, (b) retroalimentación.

Kuster y Canales (2006) sostiene que el control sobre la fuerza de ventas es un factor clave para el éxito de todo negocio comercial, por ende, la necesidad de toda empresa de poder contar con un equipo comercial que garantice ventas que vayan en aumento, sostenibles que puedan conseguir un elevado grado de satisfacción del cliente.

Indicadores

Reclutamiento

Arturo (2019) sostiene que es el proceso por el cual atraemos talento y capital humano a nuestra organización.

Selección

Arturo (2019) afirma que este proceso implica recabar información acerca de los postulantes en la búsqueda del perfil requerido.

Formación

Salas et al., (2018) sostiene que el tema de formación es necesario desde el ingreso del trabajador en su etapa de entrenamiento y durante la permanencia en la empresa.

Delegación

Artal (2017) afirma que la delegación consiste en asignar alguna tarea para luego ser supervisada.

Determinación de rutas

Salas et al., (2018) afirma que podemos definirlo como la distribución del área definida, el cual va permitir tener un cronograma de visitas abarcando dicha cobertura.

Remuneración

Salas et al., (2018) sostiene que las remuneraciones representan la contribución por un trabajo o servicio.

Motivación

Salas et al., (2018) sostiene que la motivación promueve emprender las ventas, por lo que inicia cuando asumen sus funciones laborando de manera asertiva y finaliza en el cumplimiento del logro de los objetivos.

Supervisión

Artal (2017) sostiene que la función de supervisión está enlazada a la apreciación de la labor por parte del equipo de trabajo de ventas por lo cual implica un proceso consensuado ya que el líder delega según su talento la actividad a realizar considerando que el colectivo lo entiende, asume y aporta ideas para mejorar los proceso.

Retroalimentación

Artal (2017) sostiene una guía práctica de entrenamiento que nos ha estimulado el cual comprende el inicio con la capacitación para el puesto a requerir. El cual la retroalimentación consiste en afianzar esta capacitación inicial.

Variable 2. Control Administrativo

Definición conceptual

Según Robbins y Coulter (2014) sostiene que es el proceso de supervisar, comparar y corregir el desempeño laboral (p.266).

Definición operacional

La variable Control administrativo fue operacionalizada a través de las dimensiones que la conforman, como son la supervisión, comparación y la corrección como base para elaborar el cuestionario del cual se obtendrán los resultados de la presente investigación.

Dimensión 1. Supervisión

Van (2000) sostiene que la supervisión es específicamente utilitaria en las funciones y profesiones, es conveniente tener en cuenta la importancia de la administración del personal. Por consiguiente, guía hacia el desarrollo de un profesional altamente competitivo e integrado.

Dimensión 2. Comparación

Acosta et al., (2018) afirma que los resultados se deben comparar con las previsiones realizadas, de tal manera el ejecutivo de ventas debe tener claro que su evaluación será en base a los logros obtenidos.

Dimensión 3. Corrección

Cano (2017) sostiene que, para efectos de la corrección de la desviación, en lo posible se debe priorizar el control, ya que nos va permitir a través de indicadores obtener un mejor pronóstico.

Indicadores

Observación

Según Robbins y Coulter (2014) afirma que a partir de la observación es importante que nuestros actos coincidan con nuestras palabras, las señales no verbales deben asegurar que el mensaje que quieres comunicar sea el esperado.

Según Robbins y Coulter (2014) sostiene que la observación directa es importante para realizar una evaluación de desempeño, el cual consiste en una entrevista, algún cuestionario acerca de las actividades que realizan los colaboradores.

Reportes estadísticos

Arévalo et. al (2014) sostiene que estos datos y hechos deben estar dirigidos a una empresa u organización, el cual debe ser practica para que sea útil. Existen varios modelos de informes. Entre ellos encontramos los informes científicos, informes de divulgación, informes mixtos e informes técnicos. Su conformación debe ser concisa y debe causar el seguimiento, el análisis y una fácil comprensión del contenido.

Reportes orales

Fuentes (2003) en la presentación oral del informe, es considerado el tipo de público que lo va a escuchar, a fin de disponer lo idóneo para efectuar una exposición consistente y para responder cualquier interrogante o para atender los comentarios que se derivan de lo emocionado.

Reportes escritos

Fuentes (2003) menciona que muchas veces el informe no solamente debe presentarse en forma escrita, sino también debe realizarse entre personas que conozcan del tema o bien sea la primera ocasión que lo escuchen.

Desempeño real

Sánchez y Calderón (2012) sostiene que los desempeños reales de los colaboradores se deben contrastar con las medidas habituales demandadas de manera constante o a intervalos determinados que van precisar si la acción del colaborador contribuye de forma satisfactoria en el cumplimiento de los objetivos propuestos.

Estándar

Acosta et al., (2018) menciona que es necesario utilizar fuentes de información para determinar los factores claves, las combinaciones de éstos serán de utilidad para establecer los estándares de desempeño en base a los logros obtenidos (p.45).

Corregir el desempeño

Robbins y Coulter (2014) sostiene que el gerente puede aplicar distintas acciones correctivas, esto va depender del tipo de contratiempo al que se esté enfrentando. Por ejemplo, depende de la variabilidad en el desempeño es un trabajo mal ejecutado, el

gerente tendría la opción de rectificar mediante prácticas de retroalimentación, medidas disciplinarias, capacitaciones, etc.

Revisar el estándar

Robbins y Coulter (2014) sostiene que en algunos casos podría darse que la variación sea consecuencia de un estándar ficticio, es decir, de un objetivo demasiado crecido o demasiado pequeño. Por consiguiente, lo que exhorta a una revisión y medida correctiva sobre el estándar, no el desempeño. Si se rebasa el objetivo de forma constante, el gerente debe revisar si el objetivo es sencillo de llegar, por ende, necesita ser replanteada y elevar el objetivo.

Escala de medición

Ambas variables de la investigación fueron medidas a través de la escala ordinal.

3.3 Población, muestra censal y unidad de análisis

3.3.1 Población

De acuerdo a Arias y Villasis (2016) se conforma por un total de casos, explícito, limitado y asequible, que integrará el referido para escoger la muestra, y que cumpla con un seguimiento de juicios establecidos. Se debe mencionar que población de análisis, el concepto no hace referencia únicamente humanos, considerando a animales, cosa, grupo familiares, expedientes, etc.

El colectivo estuvo conformado por 34 trabajadores de las áreas crédito logística comercial de una empresa de distribución de tecnología situada en Miraflores, en el año 2022.

3.3.2 Muestra Censal

En la investigación se consideró a los 34 trabajadores que integran la empresa de distribución de tecnología de Miraflores, ya que la población es pequeña por lo que se aplicará una muestra censal.

3.3.4 Unidad de análisis

Según Ñaupas (2018) sostiene que es aquella que poseen propiedades parecidas y se encontraría en un entorno definido. Podemos mencionar que son características y/o atributos de individuos, objetos o portentos a los que se emplean mecanismos para cuantificar las variables de una investigación.

En el desarrollo de la investigación se consideró al colectivo del departamento comercial, créditos y logística de una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022, para la aplicación del instrumento.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

En la presente investigación se utilizará como técnica la encuesta. Según Baena (2017) menciona que la encuesta está dirigida a un grupo representativo del universo que estamos estudiando el cual se realiza mediante la aplicación de un cuestionario.

Instrumento

El cuestionario fue el instrumento de recabación de datos que se utilizó en la presente investigación constituido por 30 preguntas. El mismo que es definido como un conjunto de ítems respecto a una o dos variables a medir. Según Hernández et, al. (2014).

Validez

La Validez que se utilizó en el estudio fue la validez de contenido de estudio cualitativa bajo juicio de expertos. La validez consiste en medir lo que realmente se quiere medir en este caso las variables. Según Arias (2012) define como una herramienta de medida la cual es legítimo ya que cuantifica este, para lo cual está afecto. (p.248).

Confiabilidad

Hernández et al., (2014) Sostiene que la confiabilidad es una herramienta de medida se

relaciona al grado en que su aplicación reiterada al mismo individuo u objeto elabora conclusiones idénticas (p.200).

Al realizar la prueba de confiabilidad mediante Alfa de Cronbach se constató que el instrumento es fidedigno para la medición de las variables. Respecto al análisis de confiabilidad, el resultado fue de 0,917 para la variable gestión de ventas y 0,961 para la variable control administrativo. Según se observa el rango de los valores de alfa de Cronbach. (Ver anexo 4)

3.5 Procedimientos

Previamente se hicieron las coordinaciones con los gerentes de la empresa de distribución de tecnología para la aplicabilidad de los instrumentos, los datos se recabaron de forma virtual mediante el formulario Google.

3.6 Método de análisis de datos.

En el presente trabajo de investigación se aplicó la estadística descriptiva e inferencial debido a que el enfoque es cuantitativo con resultados numéricos con la finalidad de comprobar las hipótesis nos apoyamos en la estadística. Así mismo Hernández et al., (2014) La estadística descriptiva e inferencial fue el método del análisis de datos estadísticos para contrastar las hipótesis

3.7 Aspectos éticos

La presente investigación se alinea bajo una investigación garantizará que no hubo plagio en cuanto al contenido por lo que se acató la pertenencia de los documentos y obedece el código de ética en investigación de la Universidad César Vallejo. Asimismo, se tendrá en consideración citar de acuerdo al formato del Manual APA los artículos científicos, libros, tesis. Por lo tanto, los datos recolectados con anticipación son reales y veraz; en la información obtenida se respetó los códigos internacionales de ética.

IV. RESULTADOS

4.1 Análisis descriptivo

Según Posada (2016) sostiene que la estadística descriptiva permite describir las variables mediante tablas de frecuencia y gráficos mostrando el comportamiento de los mismos, en niveles.

Variable 1. Gestión de ventas

Tabla 1

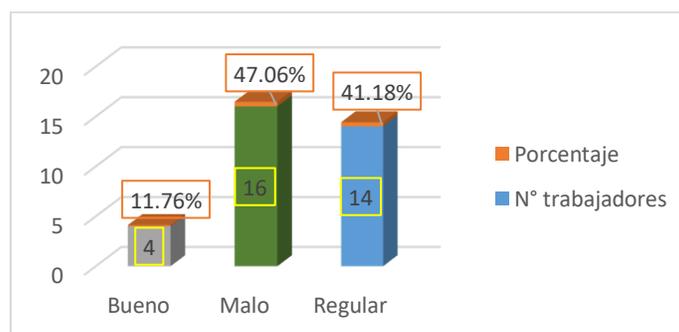
Distribución de frecuencia de la variable gestión de ventas

Nivel de Gestión de ventas	N° trabajadores	Porcentaje
Bueno	4	11.76%
Malo	16	47.06%
Regular	14	41.18%
Total general	34	100.00%

Nota. Nivel malo = 15-34, nivel regular 35-54 y nivel bueno 55-75

Figura 1

Diagrama de barras de la variable gestión de ventas



Se evidencia, en la tabla y figura anterior, que la gestión de ventas es considerada de nivel malo para el 47.06% de los trabajadores. Así mismo, de nivel regular para el 41.18% de los encuestados; mientras que para el 11.76% es de nivel bueno de acuerdo a la percepción de los encuestados.

Dimensión 1. Planificación de la fuerza de venta

Tabla 2

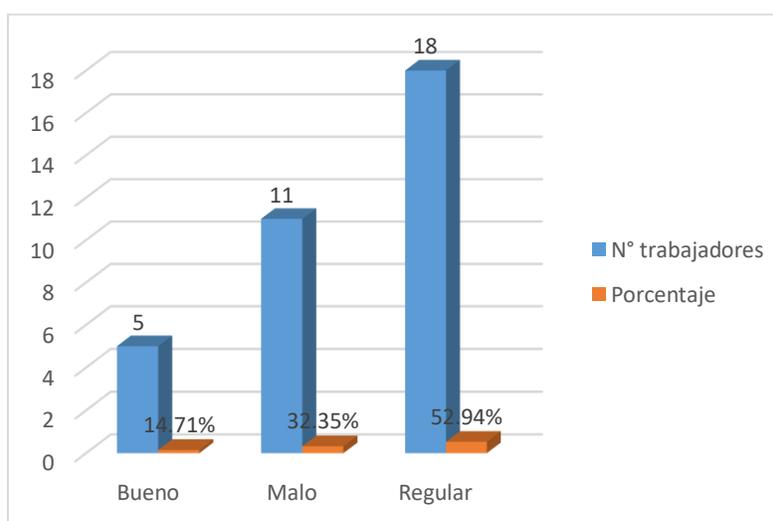
Distribución de frecuencia de la dimensión planificación de la fuerza de venta

Nivel de planificación de la fuerza de venta	N° trabajadores	Porcentaje
Bueno	5	14.71%
Malo	11	32.35%
Regular	18	52.94%
Total general	34	100.00%

Nota. Nivel malo = 3-6, nivel regular 7-10 y nivel bueno 11-15

Figura 2

Diagrama de barras de la dimensión planificación de la fuerza de venta



En la tabla y figura anterior, se puede evidenciar que la dimensión planificación de la

fuerza de venta es considerada de nivel regular para el 52.94% de acuerdo a la percepción de los encuestados. Así mismo, para el 32.35% de los trabajadores consideran que es de nivel malo; mientras que para el 14.71% de los encuestados consideran que es de nivel bueno.

Dimensión 2. Organización de la fuerza de venta

Tabla 3

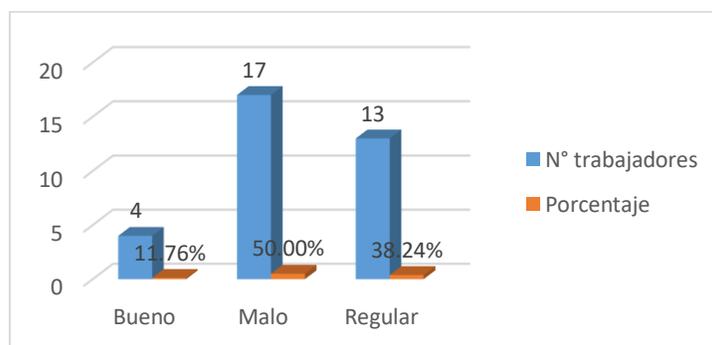
Distribución de frecuencia de la dimensión organización de la fuerza de venta

Nivel de organización de la fuerza de venta	N° trabajadores	Porcentaje
Bueno	4	11.76%
Malo	17	50.00%
Regular	13	38.24%
Total general	34	100.00%

Nota. Nivel malo = 4-8, nivel regular 9-13 y nivel bueno 14-20

Figura 3

Diagrama de barras de la dimensión organización de la fuerza de venta



En la tabla y figura anterior, se puede evidenciar que la dimensión organización de la fuerza de venta es considerada de nivel malo para el 50.00% de los trabajadores. Así mismo, para el 38.24% según la percepción de los encuestados es de nivel regular; mientras que para el 11.76% perciben que es de nivel bueno.

Dimensión 3. Dirección de la fuerza de venta

Tabla 4

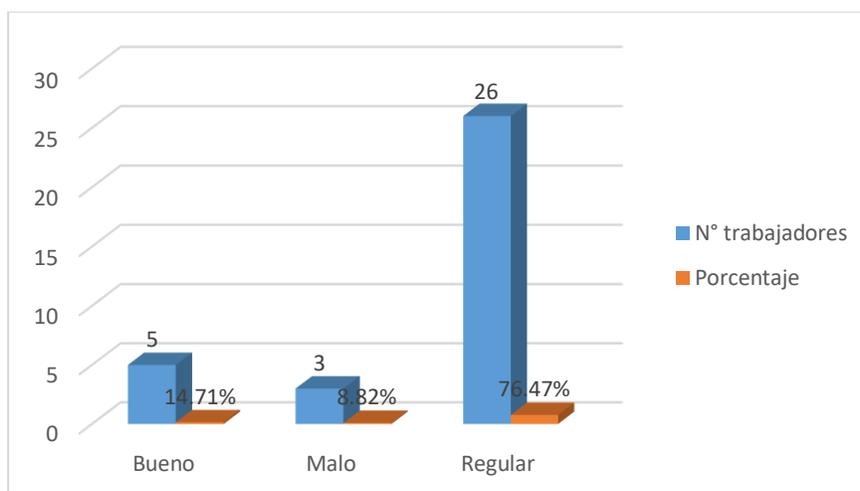
Distribución de frecuencia de la dimensión dirección de la fuerza de venta

Nivel de la dirección de la fuerza de venta	N° trabajadores	Porcentaje
Bueno	5	14.71%
Malo	3	8.82%
Regular	26	76.47%
Total general	34	100.00%

Nota. Nivel malo = 4-8, nivel regular 9-13 y nivel bueno 14-20

Figura 4

Diagrama de barras de la dimensión dirección de la fuerza de venta



En la tabla y figura anterior, se puede evidenciar que la dimensión dirección de la fuerza de venta es considerada de nivel regular para el 76.47% según la percepción de los encuestados. Así mismo, para el 14.71% perciben que es de nivel bueno; mientras que para el 8.82% de los encuestados consideran que es de nivel malo.

Dimensión 4. Control de la fuerza de venta

Tabla 5

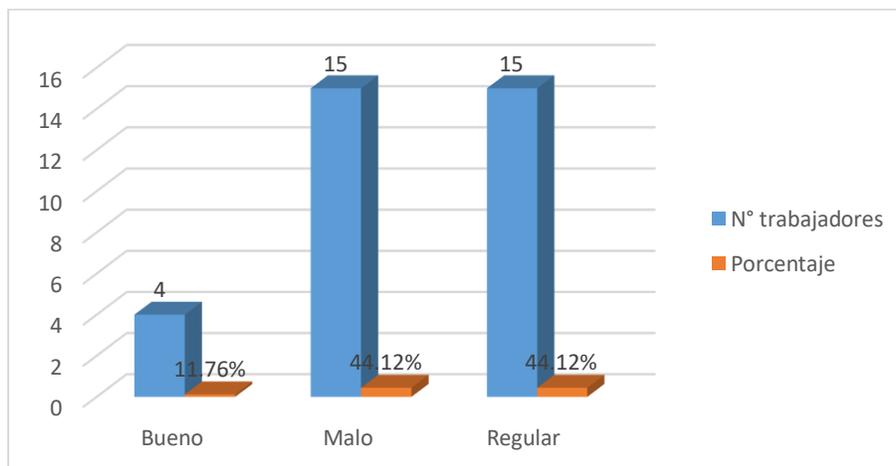
Distribución de frecuencia de la dimensión control de la fuerza de venta

Nivel del control de la fuerza de venta	N° trabajadores	Porcentaje
Bueno	4	11.76%
Malo	15	44.12%
Regular	15	44.12%
Total general	34	100.00%

Nota. Nivel malo = 4-8, nivel regular 9-13 y nivel bueno 14-20

Figura 5

Diagrama de barras de la dimensión control de la fuerza de venta



En la tabla y figura anterior, se puede evidenciar que la dimensión control de la fuerza de venta es considerada de nivel malo para el 44.12% de los trabajadores. Así mismo, para el 44.12% según la percepción de los encuestados es de nivel regular; mientras que para el 11.76% perciben que es de nivel bueno.

Variable 2. Control administrativo

Tabla 6

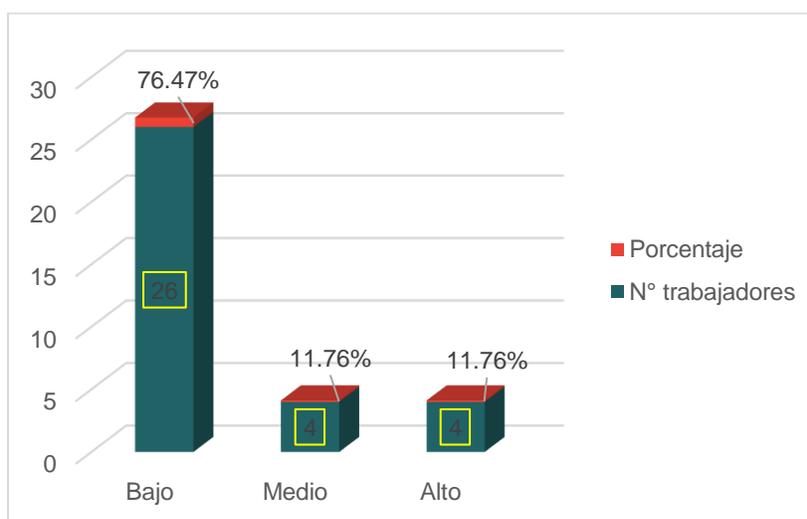
Distribución de frecuencia de la variable control administrativo

Nivel de control administrativo	N° trabajadores	Porcentaje
Bajo	26	76.47%
Medio	4	11.76%
Alto	4	11.76%
Total general	34	100.00%

Nota. Nivel bajo = 15-34, nivel medio 35-54 y nivel alto 55-75

Figura 6

Diagrama de barras de la variable control administrativo



En la tabla y figura anterior, se puede evidenciar que la variable control administrativo es considerada de nivel bajo para el 76.47% de los trabajadores. Así mismo, para el 11.76% según la percepción de los encuestados es de nivel medio; mientras que para el 11.76% perciben que es de nivel alto.

Dimensión 1. Supervisión

Tabla 7

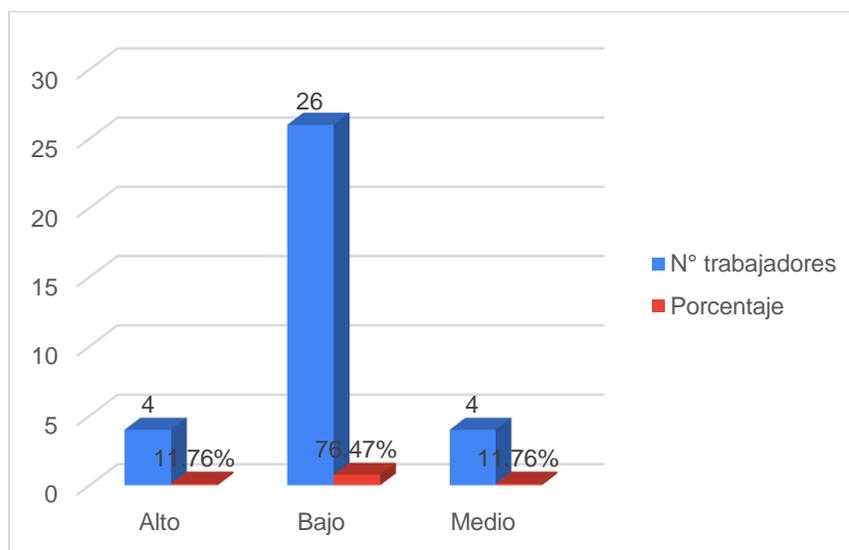
Distribución de frecuencia de la dimensión supervisión

Nivel de supervisión	N° trabajadores	Porcentaje
Alto	4	11.76%
Bajo	26	76.47%
Medio	4	11.76%
Total general	34	100.00%

Nota. Nivel bajo = 8-18, nivel medio 19-29 y nivel alto 30-40

Figura 7

Diagrama de barras de la dimensión supervisión



En la tabla y figura anterior, se puede evidenciar que la dimensión supervisión es considerada de nivel bajo para el 76.47% de los trabajadores. Así mismo, para el 11.76% según la percepción de los encuestados es de nivel medio; mientras que para el 11.76% perciben que es de nivel alto.

Dimensión 2. Comparación

Tabla 8

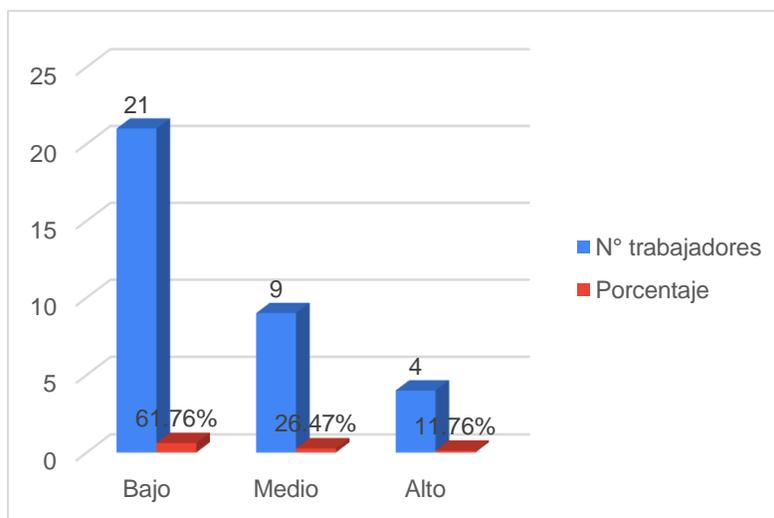
Distribución de frecuencia de la dimensión comparación

Nivel de comparación	N° trabajadores	Porcentaje
Bajo	21	61.76%
Medio	9	26.47%
Alto	4	11.76%
Total general	34	100.00%

Nota. Nivel bajo = 3-6, nivel medio 7-10 y nivel alto 11-15

Figura 8

Diagrama de barras de la dimensión comparación



En la tabla y figura anterior, se puede evidenciar que la dimensión comparación es considerada de nivel bajo para el 61.76% de los trabajadores. Así mismo, para el 26.47% según la percepción de los encuestados es de nivel medio; mientras que para el 11.76% perciben que es de nivel alto.

Dimensión 3. Corrección

Tabla 9

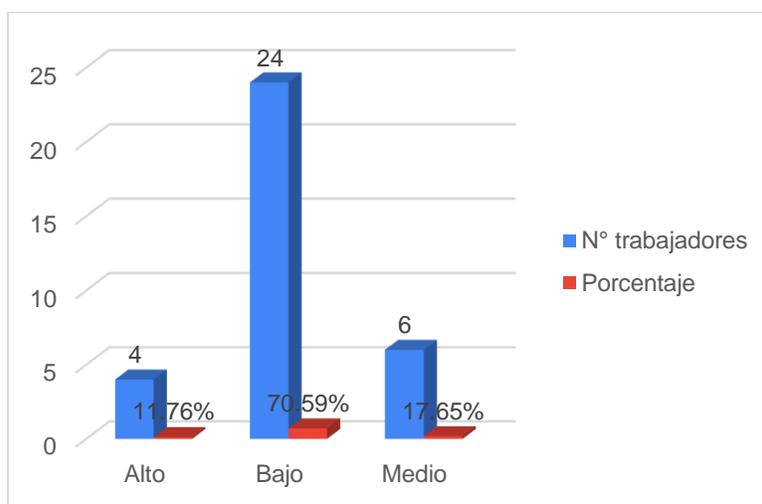
Distribución de frecuencia de la dimensión corrección

Nivel de corrección	N° trabajadores	Porcentaje
Alto	4	11.76%
Bajo	24	70.59%
Medio	6	17.65%
Total general	34	100.00%

Nota. Nivel bajo = 4-8, nivel medio 9-13 y nivel alto 14-20

Figura 9

Diagrama de barras de la dimensión corrección



En la tabla y figura anterior, se puede evidenciar que la dimensión corrección es considerada de nivel bajo para el 70.59% de los trabajadores. Así mismo, para el 17.65% según la percepción de los encuestados es de nivel medio; mientras que para el 11.76% perciben que es de nivel alto.

4.2 Análisis inferencial

Según Posada (2016) sostiene que la estadística inferencial refiere a una parte representativa de la población por lo cual busca establecer correlación a partir de los datos obtenidos.

Por lo tanto, podemos decir que se usa para establecer la asociatividad de las variables a través de la contrastación de las hipótesis.

Tabla 10

Grado de relación según el coeficiente de correlación de Spearman

Valores de rho	Significado
-1	Correlación negativa grande
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
- 0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0. 39	Correlación positiva baja
0.4 a 069	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente : Mondragón (2014)

Nivel de significancia

Regla de decisión.

Se acepta la hipótesis alterna y se niega la nula cuando el sig. Bilateral es menor e igual a 0,05.

Se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la nula cuando el sig. Bilateral es mayor e igual a 0,05.

Contrastación de hipótesis general

H₀: No existe relación positiva entre la gestión de ventas y el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022

H₁: Existe relación positiva entre la gestión de ventas y el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022

Tabla 11

Correlación entre la gestión de venta y control administrativo

			Gestión de ventas	Control administrativo
Rho de Spearman	Gestión de ventas	Coeficiente de correlación	1.000	,612**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	34	34
	Control administrativo	Coeficiente de correlación	,612**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	34	34

Se acepta la hipótesis alternativa (**H₁**) y se rechaza la hipótesis nula (**H₀**) en vista que se cumplió la regla de decisión tal y como se observa en la tabla anterior por lo que existe relación positiva entre la gestión de venta y control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022 convirtiéndose en una correlación positiva considerable porque la significancia fue de ,000 y el coeficiente de correlación de ,612

Contrastación de hipótesis específica 1

H₀: No existe relación positiva entre la gestión de ventas y la supervisión en el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022

H₁: Existe relación positiva entre la gestión de ventas y la supervisión en el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022

Tabla 12
Correlación entre la gestión de venta y la supervisión

			Gestión de ventas	Supervisión
Rho de Spearman	Gestión de ventas	Coefficiente de correlación	1.000	,502**
		Sig. (bilateral)		0.003
	N		34	34
	Supervisión	Coefficiente de correlación		,502**
Sig. (bilateral)			0.003	
N			34	34

Se acepta la hipótesis alternativa (**H₁**) y se rechaza la hipótesis nula (**H₀**) en vista que se evidencio la regla de decisión tal y como se observa en la tabla anterior por lo que existe relación positiva entre la gestión de venta y la supervisión en el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022 convirtiéndose en una correlación positiva considerable porque la significancia fue de ,003. y el coeficiente de correlación es de ,502.

Contrastación de hipótesis específica 2

H₀: No existe relación positiva entre la gestión de ventas y la comparación en el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022

H₁: Existe relación positiva entre la gestión de ventas y la comparación en el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022

Tabla 13

Correlación entre la gestión de venta y la comparación

		Gestión de ventas		Comparación	
Rho de Spearman	Gestión de ventas	Coeficiente de correlación	1.000	,616**	
		Sig. (bilateral)			0.000
	N	34	34		
	Comparación	Coeficiente de correlación	,616**	1.000	
		Sig. (bilateral)	0.000		
		N	34	34	

Se acepta la hipótesis alternativa (**H₁**) y se rechaza la hipótesis nula (**H₀**) en vista que se evidencio la regla de decisión tal y como se observa en la tabla anterior por lo que existe relación positiva entre la gestión de venta y la comparación en el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022 convirtiéndose en una correlación positiva considerable porque la significancia fue de ,000 y el coeficiente de correlación es de ,616.

Contrastación de hipótesis específica 3

H₀: No existe relación positiva entre la gestión de ventas y la corrección en el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022

H₁: Existe relación positiva entre la gestión de ventas y la corrección en el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022

Tabla 14
Correlación entre la gestión de venta y la corrección

			Gestión de ventas	Corrección
Rho de Spearman	Gestión de ventas	Coefficiente de correlación	1.000	,655**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	34	34
	Corrección	Coefficiente de correlación	,655**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	34	34

Se acepta la hipótesis alternativa (**H₁**) y se rechaza la hipótesis nula (**H₀**) en vista que se evidencio la regla de decisión tal y como se observa en la tabla anterior por lo que existe relación positiva entre la gestión de venta y la corrección en el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022 convirtiéndose en una correlación positiva considerable porque la significancia fue de ,000 y el coeficiente de correlación es de ,655.

V. DISCUSIÓN

En el presente estudio se aprecia que al determinar la correlación de Spearman entre la gestión de ventas y el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores 2022, se comprobó un coef. de correlación de 0,612 con una significancia de 0,000 indicando una correlación positiva considerable entre ambas variables. Esto quiere decir que la planificación, organización, dirección y control de la fuerza de ventas de una empresa de distribución de tecnología, tienden a relacionarse con la supervisión, comparación y corrección. Por otro lado, mencionar la gestión de ventas según el 47,06% de la totalidad de los encuestados indican que es malo, del mismo modo el control administrativo el 76,47% consideraron que se encuentra en nivel bajo.

Por lo tanto, podemos mencionar a Bravo (2020) en su investigación de nivel correlacional tuvo como propósito establecer asociatividad entre el control interno y la gestión de ventas realizado en la ciudad de Guayaquil Ecuador, el cual arribo a los siguientes resultados se comprobó un coef. de correlación de 0,366 con una significancia de 0,000 indicando que no existe relación significativa entre ambas variables por lo que se debe reforzar los controles internos para poder mantener el equilibrio comercial. Del mismo modo mencionar a Pinedo y Rodríguez (2021) según su pesquisa tuvo como propósito establecer asociatividad entre el control interno y la gestión de ventas en las Mypes comerciales en la ciudad de Tarapoto, los resultados presentaron un nivel de significancia de 0.000 y un coef. de correlación (ρ) de 0.892 demostrando una relación positiva y considerable concluyendo que ambas variables se relacionan significativamente, es por ello que se debe establecer los controles necesarios que los lleven al logro de las metas establecidas. Ambas investigaciones se sustentan en la Teoría de la Administración Científica de Taylor en el principio de control menciona que la gerencia debe controlar el trabajo para cerciorarse que se desempeñe en base a reglas o procedimientos establecidos por la empresa.

Por consiguiente, se presentó como primera hipótesis específica que existe relación positiva entre la gestión de ventas y la supervisión en el control administrativo de una empresa de distribución de tecnología de Miraflores 2022, en la hipótesis se muestra una significancia fue igual a 0,003 y un coef. de correlación de .502 lo cual se deriva en una correlación positiva considerable. Además, los resultados se ven reflejados en la dimensión supervisión está en un nivel bajo según el 76,47% según la percepción de los encuestados, con el resultado hallado referimos el estudio de Prieto (2019) cuyo propósito fue contrastar la relación entre control interno y proceso de administración de ventas en una empresa comercializadora en la ciudad de Lima .El estudio concluyo que existe relación significativa entre ambas variables .Asimismo, se evidencio en los resultados un grado de significancia de 0,000 y un coeficiente de correlación de ,814 por lo que la dimensión supervisión se relaciona con Proceso de Administración de ventas, siendo altamente significativa. Al igual que Malek et.al (2018) en su estudio revisa y sintetiza más de 50 artículos SMCS publicados en ventas, marketing y administración. Entre otros hallazgos revela que hay un enfoque abrumador en el uso de controles (específicamente basados en comportamiento y resultados) en comparación con sus contrapartes de control informal. Se llegó a la conclusión Los SMCS ejercen una influencia significativa en los vendedores y tienen el potencial de conducir a la organización deseable resultados, como la obtención de ingresos. Ambas pesquisas se apoyan en la Teoría Clásica de la Administración controlando, verificando que todo se supervise en base a reglas para cumplir el propósito de eficiencia laboral.

Del mismo modo la segunda hipótesis específica se estableció que existe relación positiva entre la gestión de ventas y la comparación en el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores 2022, en la hipótesis se muestra significancia fue igual a 0,000 y el coeficiente de correlación fue de .616 lo cual se deriva en una en una correlación positiva considerable. Además, los resultados se ven reflejados en la dimensión comparación está en un nivel bajo según el 61,76% según la percepción de los encuestados. Con el resultado hallado mencionamos a Heredia y Murga (2020) en su estudio sistema de control interno para mejorar la gestión

administrativa en la ciudad de Trujillo, su estudio de tipo descriptivo correlacional, enfoque cuantitativo y diseño no experimental, se aplicó a 15 trabajadores mediante la encuesta. Se concluyó el control interno se halla inconclusa e ineficaz; tal es así que el 54% percibe que no existe supervisión en la empresa, el 47 % percibe que no existe una política de incentivos; respecto a la Gestión Administrativa se concluyó que se encuentra ineficaz ya que 73% no cuenta con un plan estratégico, además 67% no cuentan con un plan operativo; comparar el sistema de control interno con Modelo Coso concluyo que la empresa si cumple con algunos principios del modelo COSO III. El cual debe existir políticas de incentivos, reducir en lo sucesivo, las casuísticas halladas en el control Administrativo para llegar los objetivos. Asimismo, Según Constantine et.al, (2018) según su investigación con metodología experimental, es que los vendedores se basan sobre dos tipos de aprendizaje: exploratorio y explotador, el primero soportado sobre las promociones, beneficios y metas; mientras que el segundo basado fuertemente en la prevención. modelo conceptual plantea la hipótesis de que rol mediador del aprendizaje del vendedor. Estimamos la indirecta efectos de los sistemas de control sobre el desempeño de los vendedores a través de aprendizaje exploratorio y explotativo mediante bootstrapping (1.000 muestras) con un nivel de confianza del 95 % (Zhao, Lynch y Chen 2010). Ninguno de los sistemas de control tiene un efecto directo significativo en el desempeño del vendedor. Sin embargo, el control de resultados tiene un efecto indirecto negativo y significativo en el rendimiento a través de la exploración aprendizaje ($b = -.015$, intervalo de confianza del 95% [IC] = $[-.031, -.005]$, $p < .01$) y un efecto indirecto positivo y significativo sobre el rendimiento a través del aprendizaje explotativo ($b = .020$, IC = $[.006, .043]$, $p < .05$), en apoyo de H4a y H4b. Como conclusión, indican los autores que, aunque los vendedores usan indistintamente estos dos aprendizajes, mucho dependerá del tipo de la gestión y ventas y controles administrativos usados. Ambas investigaciones se sostienen en la Teoría del Intercambio de Peter Blau la cual se basa en acciones de las personas que obedecen a los resultados que se espera y la esperanza de obtener recompensas como son los incentivos comerciales.

En relación a la tercera hipótesis específica existe relación positiva entre la gestión de ventas y la corrección en el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores 2022. En los resultados se muestra que la significancia fue igual a 0,000 y el coeficiente de correlación fue de .655 lo cual deriva en una en una correlación positiva considerable. Además, dimensión corrección está en un nivel bajo según el 70,59% de los encuestados. En base a los resultados podemos mencionar a Según Rumiche (2019) evidencio en su estudio descriptivo, aleatorio simple de enfoque cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal. Utilizó el cuestionario como instrumento y la técnica fue la encuesta bajo la escala ordinal, se determinó que existe una relación entre gestión administrativa y las ventas en la empresa de calzado Qwapa, en el distrito del Callao, según los resultados se concluye que la gestión administrativa se relaciona significativamente de forma positiva, considerable ($X^2=87, 110a$) con las ventas con resultados; Además podemos mencionar la confiabilidad para la Gestión Administrativa de 0,793 y para la variable Ventas de 0,814. Por consiguiente, se sostiene en la Teoría Clásica de la Administración de Henry Fayol el cual establece la Función comercial aplicar medidas correctivas para producir eficientemente como comprar y vender bien.

VI. CONCLUSIONES

Primera

En esta tesis se determinó la asociatividad entre la gestión de venta y el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022. Así mismo, un nivel de significancia de 0.000 y un coeficiente de correlación fue de .612; mostrando una correlación positiva considerable. Por otro lado, mencionar que los resultados evidenciaron que la gestión de ventas según el 47,06% de la totalidad de los encuestados indican que es mala, del mismo modo el control administrativo el 76,47% consideraron que se encuentra en nivel bajo.

Segunda

De acuerdo al primer objetivo específico se determinó que existe relación entre gestión de ventas y la supervisión en el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022. Así mismo, un nivel de significancia de 0.003 y un coeficiente de correlación de .502 con una correlación positiva considerable. Asimismo, los resultados evidenciaron que la dimensión supervisión es de nivel bajo para el 76.47% de la totalidad de los encuestados.

Tercero

Asimismo, respecto al segundo objetivo específico se determinó que existe relación entre gestión de ventas y la comparación en el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022. Así mismo, un nivel de significancia de 0.000 y un coeficiente de correlación de .616 con una correlación positiva considerable. Por consiguiente, los resultados evidenciaron que la dimensión comparación es de nivel bajo para el 61.76% de la totalidad de los encuestados.

Cuarta

De la misma manera el tercer objetivo específico se determinó que existe relación entre gestión de ventas y la corrección en el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022. Así mismo, un nivel de significancia de 0.000 y un coeficiente de correlación de .655 con una correlación positiva considerable. Se obtuvo un nivel de significancia de 0.000. Por lo tanto, los resultados evidenciaron que la dimensión corrección es de nivel bajo para el 70.59% de la totalidad de los encuestados.

VII. RECOMENDACIONES

Primera

Se recomienda al Gerente Comercial, aplicar un correcto control administrativo para mejorar la gestión de ventas en las áreas involucradas mediante herramientas que controlen las actividades de la fuerza de venta como la supervisión en el monitoreo de las ventas que contribuya al cumplimiento de los objetivos. Adicional a ello se debe realizar controles preventivos en el área de riesgos que permiten poner en práctica acciones gerenciales como política de precios; así antes de que ocurra un problema prevenirlo en lugar de corregirlo respecto a las líneas de crédito que se les otorga a los clientes.

Segunda

Se recomienda al Gerente Comercial emplear prácticas de supervisión como la observación, uso de reportes que ayuden a medir los resultados en el control administrativo para mejorar la gestión de ventas; la supervisión contribuye a que las actividades laborales se realicen de forma eficiente y eficaz. Por otro lado, se sugiere establecer procesos como procedimientos de tal modo eviten fraudes, robos, malversaciones y horas muertas. Asimismo, no se deben imponer controles excesivamente estrictos.

Tercero

Se recomienda al Gerente Comercial emplear herramientas de comparación en el control administrativo para mejorar la gestión de ventas midiendo el desempeño real comparándolo con los objetivos. También se recomienda realizar una comparación en base a indicadores reales, actualizados y precisos para evitar proponer objetivos demasiados altos o demasiado bajos y tenga un efecto en los colaboradores como poner resistencia al cumplimiento de los objetivos por percibirlos inalcanzables.

Cuarta

Se recomienda al Gerente Comercial establecer acciones correctivas, como prácticas de compensación que permita la corrección del desempeño de los vendedores en la gestión de ventas en base al cumplimiento de los objetivos. También se sugiere revisar el estándar en base a indicadores, ya que la variación se percibe como un resultado de estándar irreal, por el cual los vendedores no cumplen con la cuota mensual, ello va permitir tener un mejor pronóstico, corregir a tiempo y replantear de ser necesario, así como lograr eficiencia laboral con el fin de llegar a la meta.

REFERENCIAS

- Acosto Veliz, M., Salas Narváez, L., Jimenez Narvaez, M., & Guerra Tejada, A. M. (2018). *La administración de ventas*. doi:ISBN: 978-84-948257-2-9
- Acosto Veliz, M., Salas Naváez, L., Jiménez Cercado, M., & Guerra TEjada, A. M. (2018). *La administración de ventas*. México. doi:DOI: <http://dx.doi.org/10.17993/EcoOrgyCso.2017.34>
- Alexandra, M. A., María, E. L., Vanessa, G. C., & Henry, T. O. (2020). *Administración de empresas Elementos básicos*. ECUADOR. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=zLgoEAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Ander - Egg, E. (2011). Aprender a Investigar. *Nociones básicas para la investigación social*, 190. doi:ISBN: 978-987-591-271-7
- Bravo, S. S. (2020). *Universidad César Vallejo*. doi:0000-0003-2635-1346
- Bullemore Campbell, J., & Cristóbal Fransi, E. (2021). La dirección comercial en época de pandemia: el impacto del covid-19 en la gestión de ventas. *ARTICULO CIENTIFICO SCIELO, vol.32* . doi:versión On-line ISSN 0718-0764
- Cano Plata, C. A. (2017). *LA ADMINISTRACIÓN Y EL PROCESO ADMINISTRATIVOS*. BOGOTA. Obtenido de <https://ccie.com.mx/wp-content/uploads/2020/04/Proceso-Administrativo.pdf>
- Capuano, M. A. (2004). *Evaluación de desempeño por competencias*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/877/87713710.pdf>
- Chacon, G. (2007). La Contabilidad de Costos, los Sistemas de Control de Gestión y la Rentabilidad Empresarial. *Redalyc*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25701504>

- Chacón, G. (2007). La Contabilidad de Costos, los Sistemas de Control de Gestión y la Rentabilidad Empresarial. *Redalyc*, 38. doi:ISSN: 1316-8533
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de recursos humanos el capital humano de las organizaciones*. México. doi:ISBN 970-10-6104-7
- Damarick Diomara, P. (2019). Gestión de inventario en empresas distribuidoras de materia prima del sector panadero en estado Zulia. *Revista de Investigación en Ciencias de la Administración, ENFOQUES*, vol. 3, núm. 11, 2019. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/6219/621968032003/621968032003.pdf>
- Damarick Diomara, P. B. (2019). GESTIÓN DE INVENTARIO EN EMPRESAS DISTRIBUIDORAS DE MATERIA PRIMA DEL SECTOR PANADERO EN EL ESTADO ZULIA. *Revista de Investigación en Ciencias de la Administración*. doi:ISSN: 2616-8219
- F. Stoner, J. A., Freeman, R. E., & Gilbert Jr., D. R. (1996). *Administración*. Mexico. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=eWOvsi2iY-8C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- F. Stoner, J. A., Freeman, R. E., & Gilbert Jr., D. R. (1996). *Administración*. Mexico. doi:ISBN 0-13-108747-9
- Fuentes Bolaños, C. E. (2003). Revistas de ciencias administrativas y financieras de la seguridad social. *Scielo*. Obtenido de https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1409-12592003000200007
- Fuentes Bolaños, C. E. (2003). Revistas de Ciencias Administrativas y Financieras de la seguridad Social. *Scielo*. Obtenido de https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1409-12592003000200007

- García Vilela, L. M., Carnero Malca, S. J., & Seminario Morales, M. V. (2021). Gestión empresarial de Asociaciones de banano orgánico del Valle del Chira, Sullana-Perú. *REDALYC . ORG.* Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28068276031/>
- Gerardo, G., & Andrade, N. (2012). *CONTABILIDAD PARA NO CONTADORES.* Monterrey, MEXICO. Obtenido de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0094225/cap02.pdf>
- Gestión. (2019). *Revista Gestión.* Recuperado el 2022, de <https://gestion.pe/economia/empresas/empresas-elevan-ventas-25-automatizar-gestion-inventarios-272267-noticia/>
- Gil Robles, M. (2018). SISTEMAS DE CONTROL ADMINISTRATIVOS : EL USO DEL STAGE-GATE PROCESS EN UN AMBIENTE DE INNOVACIÓN. *ESCUELA DE NEGOCIOS DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD Y FINANZAS TECNOLÓGICO DE MONTERREY.* Obtenido de <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/contabilidadyNegocios/article/view/20167/20143>
- Gil, R. Z., & Moreno, C. I. (25 de Enero de 2021). *Universidad Santo tomás.* Recuperado el 28 de 11 de 2022, de Redalyc: <https://www.redalyc.org/journal/5604/560468688012/>
- Gómez Gómez, I., & Brito Aguilar, J. G. (2020). *Administración de Operaciones.* Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream>
- Gómez Maestre, M. (2016). *Manual de control administrativo (INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA Y GOGRAFÍA).* Obtenido de <https://silo.tips/download/manual-de-control-administrativo#>
- Govea Souza, J. A. (2021). Sistema de planificación de recursos empresariales (ERP) y su influencia en los procesos de negocio de empresas distribuidoras de productos

de consumo masivo en Lima Metropolitana en el 2019. *REDALYC ORG*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/816/81668400010/>

Grande Esteban, I., & Abascal Fernández, E. (2014). *Fundamentos y técnicas de investigación comercial*. Madrid: ESIC EDITORIAL. doi:978-84-15986-02-7

Infante Loo, J. F., & Moquillaza Henríquez, S. D. (2021). Implementación de un sistema integrado de planificación de recursos empresariales para mejorar la productividad en las recaudaciones por caja de una importante clínica de la ciudad de Lima. *REDALYC ORG*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/816/81669876002/>

IPAE. (28 de 03 de 2016). *IPAE Asociación Empresarial*. Recuperado el 01 de 09 de 2022, de <https://www.ipae.pe/una-de-cada-cuatro-medianas-empresas-registran-caidas-de-50-en-ventas-por-su-mala-gestion/>

Luciani Toro, L. R., Zambrano Morales, Á. A., & Gonzáles Ordoñez, A. I. (DIC de 2019). MIPYMES ecuatorianas: Una visión de su emprendimiento, productividad y competitividad en aras de mejora continua. *ARTICULO CIENTIFICO SCIELO, Coodes vol.7 no.3 Pinar del Río sept.-dic. 2019 Epub 02-Dic-2019*. doi:versión On-line ISSN 2310-340X

Márquez Gómez, D. (2003). *Los procedimientos administrativos materialmente jurisdiccionales como medios de control en la administración pública*. México. doi:970-32-0043-5

Medina Castillo, J. B., Lopez de Llergo, L. M., & Diaz, A. (2012). LA MEDICIÓN DE DATOS CUALITATIVOS, UNA TENDENCIA EN. *Redalyc*, 291. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/461/46125172004.pdf>

Medina Castillo, J. B., López de Llergo, L. M., & Diaz, A. (2012). LA MEDICIÓN DE DATOS CUALITATIVOS, UNA TENDENCIA EN INVESTIGACIÓN SOCIAL: ANÁLISIS DEL CASO DE LA FACULTAD DE CONTADURÍA Y

- Morales Rodríguez, J. F. (1978). *La teoría del intercambio social desde la perspectiva de Blau*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=665741>
- Munch, L. (2010). *Administración Gestión organizacional, enfoques y procesos administrativo*. México. doi:ISBN E-BOOK: 978-607-442-421-8
- P. Rodrigues, G., & S. Martins, T. (s.f.). SALES CAPABILITY AND PERFORMANCE: ROLE OF MARKET ORIENTATION, PERSONAL AND MANAGEMENT CAPABILITIES. *Redalyc Org*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/1954/195464305006/>
- Pacheco, D., & Rodríguez, R. (2019). Las Tic como estrategia competitiva en la gestión empresarial. *REDALYC ORG*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/6219/621968062004/>
- Pacheco, Damarick; Rodríguez, Roberto. (01 de 07 de 2019). *Redalyc Org*. Recuperado el 12 de 09 de 2022, de Redalyc Org: <https://www.redalyc.org/journal/6219/621968062004/movil/>
- Pérez Corrales, J., & Barbarán Mozo, H. P. (2021). *Control Administrativo en la Gestión pública* (Vol. VOL. 5). MÉXICO. doi:DOI: 10.37811/cl_rcm.v4i1
- Pozo Díaz, A. R., Uranga Pozo, L. B., & Brossard Grenot, A. (s.f.). Consultoría organizacional, medio de mejora en los procesos empresariales. Caso de estudio. *Redalyc*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/1815/181569023005/>
- Prieto, J. A. (2019). *Escuela Académica Profesional de Administración*. doi:(ORCID: 0000-0002-6993-2856)
- Robbins, S. (2014). *Administración*. México.
- Robbins, S. P. (2014). *Administración*. México.
- Robbins, S. P. (2014). *Administración*. México.
- Robbins, S. P. (2014). *Administración* (Decimosegunda edición ed.). (G. D. Chávez, Ed.) México: Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana. Reg. Núm. 1031. doi:ISBN 978-0-1330-4360-0
- Robbins, S. P. (s.f.). *Administración*.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2014). Administración. En S. P. Robbins, & M. Coulter, *Administración Decimosegunda edición* (pág. Núm. 1031). México: Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana. Reg. Obtenido de [https://escuelajudicial.cjf.gob.mx/Concursos/2022/Administradores/Bibliografia/Autores/Anexo%209.%20Stephen%20P.%20Robbins_%20Mary%20K.%20Coulter%20-%20Administraci%C3%B3n-Pearson%20Educaci%C3%B3n%20\(2017\)_repaired.pdf](https://escuelajudicial.cjf.gob.mx/Concursos/2022/Administradores/Bibliografia/Autores/Anexo%209.%20Stephen%20P.%20Robbins_%20Mary%20K.%20Coulter%20-%20Administraci%C3%B3n-Pearson%20Educaci%C3%B3n%20(2017)_repaired.pdf)
- Robbins, S., & Coulter, M. (2014). *Administración*. México: Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana. Obtenido de [https://escuelajudicial.cjf.gob.mx/Concursos/2022/Administradores/Bibliografia/Autores/Anexo%209.%20Stephen%20P.%20Robbins_%20Mary%20K.%20Coulter%20-%20Administraci%C3%B3n-Pearson%20Educaci%C3%B3n%20\(2017\)_repaired.pdf](https://escuelajudicial.cjf.gob.mx/Concursos/2022/Administradores/Bibliografia/Autores/Anexo%209.%20Stephen%20P.%20Robbins_%20Mary%20K.%20Coulter%20-%20Administraci%C3%B3n-Pearson%20Educaci%C3%B3n%20(2017)_repaired.pdf)
- Robbins, S., & Coulter, M. (2014). *Administración* (Vol. Reg. Núm. 1031). México:

- Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2014). *Administración*. México: Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2014). *Administración Decimosegunda edición*. México D.F.: Pearson Educación de México. doi:978-607-32-2767-4
- Rodriguez, N., & Pinedo, K. (2021). *Universidad Cesar Vallejo*. Recuperado el 28 de 11 de 2022, de Repositorio: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/80546/Pinedo_SK-Rodr%C3%adguez_CN-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- S. Bateman, T., & A. Snell, S. (2009). *Administración liderazgo y colaboración en un mundo competitivo* (Vols. 8va. . México D.F.: McGrawHill. doi:978-970-10-7279-0). MEXICO. Obtenido de https://www.academia.edu/8154632/Administraci%C3%B3n_Liderazgo_y_Colabraci%C3%B3n_en_un_mundo_competitivo_8_Edici%C3%B3n
- Sánchez Henríquez, J., & Calderón Calderón, V. (2012). *Diseño del proceso de evaluación del desempeño del personal y las principales tendencias que afectan su auditoría*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n32/n32a04.pdf>
- Tawfeeq Najem, B. (2021). Impact of Administrative Control Dimensions in Tax Evasion Beh. 182. Obtenido de <https://www.iasj.net/iasj/download/609cdc39a8971bcc>
- Tiomatsu Oyadomari, J. C., Duque, B., & Koitiro Nisiyama, E. (2018). Use of management reports and performance of sales managers in an insurance company*. *Redalyc.org*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/2571/257157799002/>
- Van Kessel, L. (2000). *LA SUPERVISIÓN: UNA CONTRIBUCIÓN NECESARIA A LA CALIDAD DE LA COMPETENCIA*. doi:ISBN: 84-7642-622-4.
- Vargas Hernandez, J. G., & Casas Cardenaz, R. (20 de abril de 2019). Auxiliado pelo

Proceso Administrativo como uma Ferramenta Competitiva O Orçamento na Gestão Financeira dos Mpymes. *Revista Administração em Diálogo*. doi:ISSN 2178-0080

Vargas Hernandez, J. G., & Casas Cardenaz, R. (2019). Auxiliado pelo Processo Administrativo como uma Ferramenta Competitiva. *Revista Administração em Diálogo*. Obtenido de Revista Administração em Diálogo: <https://www.redalyc.org/journal/5346/534664575005/534664575005.pdf>

Vargas Hernandez, J. G., & Casas Cardenaz, R. (2019). Auxiliado pelo Processo Administrativo como uma Ferramenta Competitiva. *Revista Administração em Diálogo*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5346/534664575005/534664575005.pdf>

Vargas Hernandez, J. G., & Casas Cardenaz, R. (20 de abril de 2019). O Orçamento na Gestão Financeira dos Mpymes Auxiliado pelo Processo Administrativo como uma Ferramenta Competitiva. *Revista Administração em Diálogo*. doi:ISSN 2178-0080

Varinia, A., Portal, I., Vides, W., Moreno, V. H., & Castellanos, L. (2014). *Cuadernos metodológicos sobre Informes Estadísticos*. Versión 1.0.

Vásquez. (31 de 12 de 2021). *Factores críticos para la adopción de las TIC en micro y pequeñas empresas industriales*. doi:<http://dx.doi.org/10.15381/idata.v24i2.20736>

Vasquez Reyes, E. F. (2021). Factores críticos para la adopción de las TIC en micro y pequeñas emreas industriales. *Redalyc Org*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/816/81669876012/>

ANEXOS

ANEXO 1: TABLA DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	Ítems	ESCALA DE MEDICIÓN
GESTIÓN DE VENTAS	Antúnez (2014) La gestión de las ventas es la planificación y control del personal de venta, incluido el reclutamiento, la selección, la formación, la delegación, la determinación de rutas, supervisión, remuneración y motivación, ya que estas tareas se aplican a la fuerza de ventas (pág 21).	La variable Gestión de Ventas se operacionalizo a través de las dimensiones que la conforman, como son la planificación de la fuerza de ventas, Organización de la fuerza de ventas, Dirección de la fuerza de ventas y control de las fuerzas de ventas se utilizaron como base para elaborar el cuestionario del cual se obtuvieron los resultados de la presente investigación.	Planificación de la fuerza de venta	Reclutamiento	1	O R D I N A L
				Selección	2	
				Formación	3	
			Organización de la fuerza de ventas	Delegación	4,5	
				Determinación de rutas	6,7	
			Dirección de la fuerza de venta	Compensación salarial	8,9	
				Motivación	10,11	
			Control de la fuerza de venta	Supervisión	12,13	
				Retroalimentación	14,15	
			CONTROL ADMINISTRATIVO	Según Robbins y Coulter (2014) Es el proceso de supervisar, comparar y corregir el desempeño laboral. Todos los gerentes deben ejercer la función de control, aun cuando el desempeño de sus unidades tenga el nivel planeado, porque la única forma de determinar si esto es así, es evaluando qué actividades se han llevado a cabo y comparando el desempeño real con el estándar que se desea lograr. (Robbins, 2014, pág. 266)	La variable Control Administrativo será operacionalizada a través de las dimensiones que la conforman, como son supervisión, comparación y corrección como base para elaborar el cuestionario del cual se obtendrán los resultados de la presente investigación.	
Reportes estadísticos	18,19					
Reportes orales	20,21					
Reportes escritos	22,23					
Comparación	Desempeño real	24,25				
	Estándar	26				
Corrección	Corregir el desempeño	27,28				
	Revisar el estándar	29,30				

ANEXO 2: Instrumento de recolección de datos de la variable gestión de ventas

Introducción

El presente trabajo es de carácter anónimo y forma parte del trabajo de investigación titulado: “Gestión de ventas y control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022”.

Instrucciones

Lea cada enunciado y marque con una equis (x) la alternativa que considere correcta. Se le agradece ser lo más sincero posible considerando las siguientes alternativas de respuestas: 5= Siempre; 4= Casi siempre; 3= A veces; 2= Casi nunca ; 1= Nunca.

Variable 1 Gestión de ventas						
ITEM	Dimensión 1 :Planificación de la fuerza de ventas	1	2	3	4	5
1	Considera que la empresa emplea un adecuado proceso de reclutamiento para la captación de la fuerza de ventas.					
2	Se selecciona personal de ventas según el perfil requerido para la fuerza de ventas.					
3	La fuerza de ventas recibe la formación requerida dentro de la empresa					
Dimensión 2 :Organización de la fuerza de ventas		1	2	3	4	5
4	La empresa organiza las actividades por funciones, delegando autoridad a los líderes de grupo					
5	Considera que la delegación de tareas son asignadas en base a sus actividades					
6	La empresa organiza la fuerza de ventas asignando determinadas rutas					
7	Considera que la determinación de rutas es importante para el cierre de un contrato de venta					
Dimensión 3 :Dirección de la fuerza de ventas		1	2	3	4	5
8	La empresa brinda comisiones de ventas a la fuerza de venta					
9	Considera que la compensación salarial que percibe está acorde al mercado					
10	La empresa crea estrategias de motivación dirigidos a la fuerza de venta					
11	Consideras que las cuotas propuestas por la empresa motivan tu esfuerzo para alcanzarlas.					
Dimensión 4 :Control de la fuerza de ventas		1	2	3	4	5
12	La fuerza de ventas elabora reportes sobre las actividades de ventas realizadas					
13	Considera que la supervisión esta enlazada a la apreciación de la labor por parte de la fuerza de ventas					
14	La fuerza de ventas recibe retroalimentación de sus líderes para mejorar las debilidades de su desempeño					
15	Considera que la retroalimentación brindada por los líderes se percibe de manera positiva					

Instrumento de recolección de datos de la variable control administrativo

Introducción

El presente trabajo es de carácter anónimo y forma parte del trabajo de investigación titulado: “Gestión de ventas y control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022”.

Instrucciones

Lea cada enunciado y marque con una equis (x) la alternativa que considere correcta. Se le agradece ser lo más sincero posible considerando las siguientes alternativas de respuestas: 5= Siempre; 4= Casi siempre; 3= A veces; 2= Casi nunca; 1= Nunca

Variable 2 Control Administrativo						
ITEM	Dimensión 1 :Supervisión	1	2	3	4	5
16	Se supervisa el desempeño mediante la observación personal					
17	La observación genera conocimiento de primera mano y ofrece una atención intensiva de todas las actividades laborales.					
18	Se controlan los reportes estadísticos con el fin de proporcionar información para la fuerza de ventas.					
19	Los reportes estadísticos son eficaces para reconocer relaciones					
20	La empresa mide de una forma rápida mediante reportes orales para obtener información					
21	Los reportes orales permiten obtener retroalimentación verbal y no verbal .					
22	Los reportes escritos se controlan y son de fácil acceso para volver a consultarlos					
23	La preparación de los reportes escritos son formales y requieren de un tiempo determinado					
	Dimensión 2 :Comparación	1	2	3	4	5
24	El gerente mide el desempeño del equipo que conforman la fuerza de ventas					
25	Se establecen parámetros de variación aceptables entre el desempeño real y el estándar					
26	Se establecen estándares para la fuerza de ventas que servirán para alcanzar los objetivos					
	Dimensión 3 :Corrección	1	2	3	4	5
27	El gerente implementa acciones correctivas necesarias para motivar a la fuerza de ventas en el logro de los objetivos .					
28	El gerente pone en práctica distintas acciones correctivas inmediatas para corregir las causas de la variación					
29	Se revisan los estándares para hacer las correcciones necesarias					
30	El estándar para la fuerza de venta es fácil de cumplir y necesita ser elevado.					

ANEXO 3: Evidencias y procedimiento de validez y confiabilidad

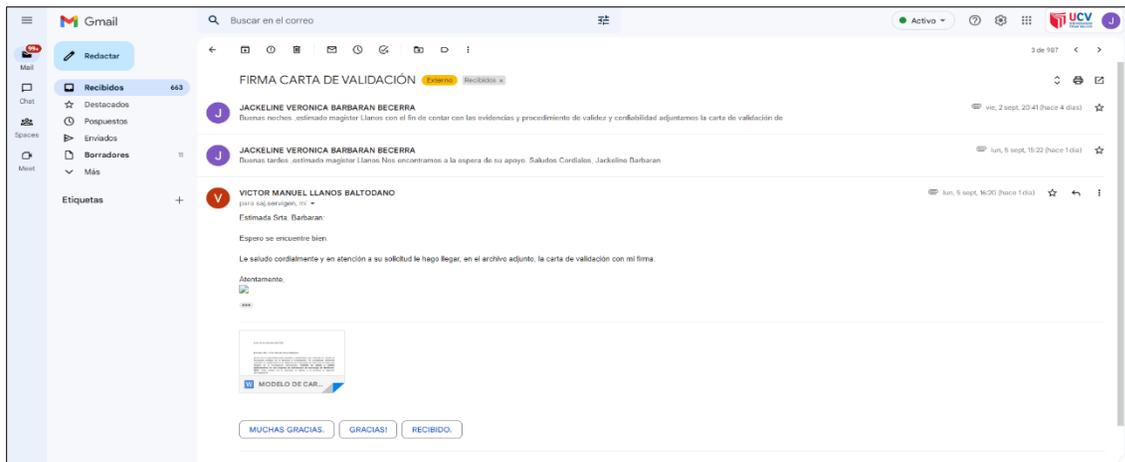
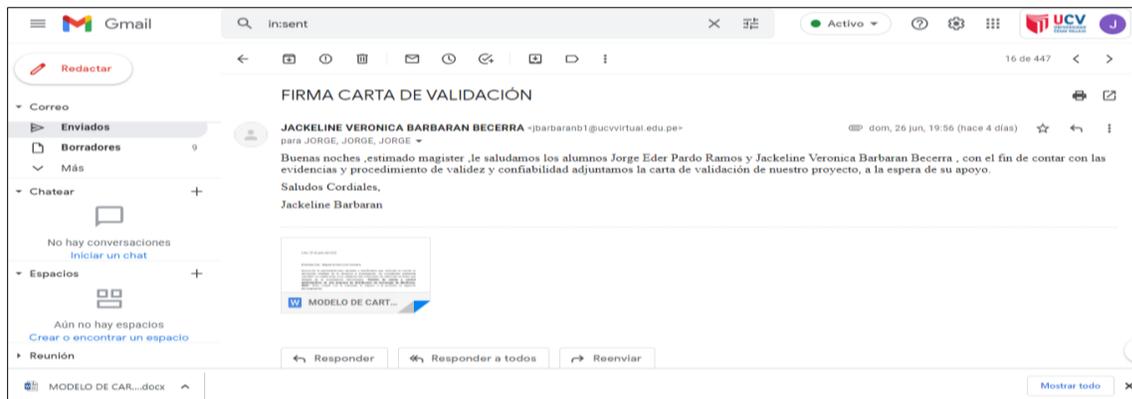
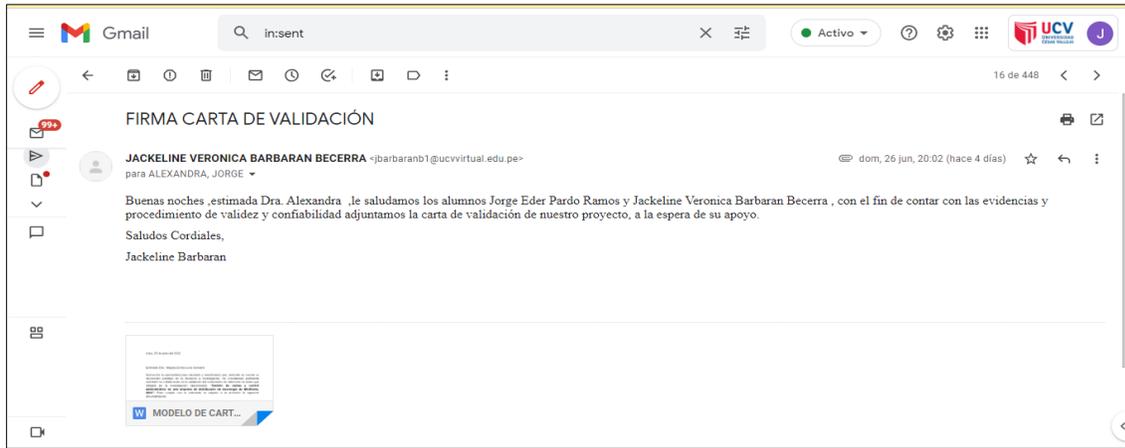




Tabla: Validez del instrumento

N°	EXPERTOS	RESULTADOS
1	Mg. Llanos Baltodano, Víctor Manuel	Es Aplicable
2	Mg. Zapana Ruiz, Jorge Arturo	Es Aplicable
3	Dra. Ramos Martínez ,Alexandra Shirley	Es Aplicable

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: " GESTIÓN DE VENTAS Y CONTROL ADMINISTRATIVO EN UNA EMPRESA DE DISTRIBUCIÓN DE TECNOLOGÍA DE MIRAFLORES, 2022"
 Apellidos y nombres del investigador: Barbaran Becerra Jackeline Verónica , Pardo Ramos Jorge Eder
 Apellidos y nombres del experto: Llanos Baltodano Victor Manuel

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	OPINION DEL EXPERTO		
					SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
GESTIÓN DE VENTAS	PLANIFICACIÓN DE LA FUERZA DE VENTA	RECLUTAMIENTO	1. Considera que la empresa emplea un adecuado proceso de reclutamiento para la captación de la fuerza de ventas.	5= Siempre 4= Casi Siempre 3= A veces 2= Casi Nunca 1= Nunca	X		
		SELECCIÓN	2. Se selecciona personal de ventas según el perfil requerido para la fuerza de ventas.		X		
		FORMACIÓN	3. La fuerza de ventas recibe la formación requerida dentro de la empresa		X		
	ORGANIZACIÓN DE LA FUERZA DE VENTA	DELEGACIÓN	4. La empresa organiza las actividades por funciones, delegando autoridad a los líderes de grupo		X		
		DETERMINACIÓN DE RUTAS	5. Considera que la delegación de tareas son asignadas en base a sus actividades		X		
			6. La empresa organiza la fuerza de ventas asignando determinadas rutas		X		
	DIRECCIÓN DE LA FUERZA DE VENTA	COMPENSACION SALARIAL	7. Considera que la determinación de rutas es importante para el cierre de un contrato de venta.		X		
			8. La empresa brinda comisiones de ventas a la fuerza de venta		X		
		MOTIVACIÓN	9. Considera que la compensación salarial que percibe está acorde al mercado		X		
	CONTROL DE LA FUERZA DE VENTA	SUPERVISIÓN	10. La empresa crea estrategias de motivación dirigidos a la fuerza de venta		X		
			11. Consideras que las cuotas propuestas por la empresa motivan tu esfuerzo para alcanzarlas.		X		
		RETROALIMENTACIÓN	12. La fuerza de ventas elabora reportes sobre las actividades de ventas realizadas.		X		
			13. Considera que la supervisión esta enlazada a la apreciación de la labor por parte de la fuerza de ventas		X		
			14. La fuerza de ventas recibe retroalimentación de sus líderes para mejorar las debilidades de su desempeño		X		
			15. Considera que la retroalimentación brindada por los líderes se percibe de manera positiva.		X		

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si producen, el cumplimiento de su propósito en el instrumento y en las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Firma del experto:		los líderes se percibe de manera positiva.				
		Fecha: 02/09/2022				
DNI : 16678031						

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS							
Título de la investigación: "GESTION DE VENTAS Y CONTROL ADMINISTRATIVO EN UNA EMPRESA DE DISTRIBUCIÓN DE TECNOLOGÍA DE MIRAFLORES, 2022"							
Apellidos y nombres del investigador: Barbaran Becerra Jackeline Verónica , Pardo Ramos Jorge Eder							
Apellidos y nombres del experto: Llanos Baltodano Víctor							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINION DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
CONTROL ADMINISTRATIVO	SUPERVISION	OBSERVACION	16. Se supervisa el desempeño mediante la observación personal.	5= Siempre 4= Casi Siempre 3= A veces 2= Casi Nunca 1= Nunca	X		
			17. La observación genera conocimiento de primera mano y ofrece una atención intensiva de todas las actividades laborales.		X		
		REPORTES ESTADÍSTICOS	18. Se controlan los reportes estadísticos con el fin de proporcionar información para la fuerza de ventas.		X		
			19. Los reportes estadísticos son eficaces para reconocer relaciones		X		
		REPORTES ORALES	20. La empresa mide de una forma rápida mediante reportes orales para obtener información .		X		
			21. Los reportes orales permiten obtener retroalimentación verbal y no verbal .		X		
	REPORTES ESCRITOS	22. Los reportes escritos se controlan y son de fácil acceso para volver a consultarlos.	X				
		23. La preparación de los reportes escritos son formales y requieren de un tiempo determinado .	X				
	COMPARACION	DESEMPEÑO REAL	24. El gerente mide el desempeño del equipo que conforman la fuerza de ventas		X		
			25. Se establecen parámetros de variación aceptables entre el desempeño real y el estándar.		X		
	CORRECCION	ESTÁNDAR	26. Se establecen estándares para la fuerza de ventas que servirán para alcanzar los objetivos		X		
			27. El gerente implementa acciones correctivas necesarias para motivar a la fuerza de ventas en el logro de los objetivos .		X		
			28. El gerente pone en práctica distintas acciones correctivas inmediatas para corregir las causas variables	X			

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, correctivas inmediatas para corregir las causas variables

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS							
de la variación							
		REVISAR EL ESTÁNDAR	29. Se revisan los estándares para hacer las correcciones necesarias.				
			30. El estándar para la fuerza de venta es fácil de cumplir y necesita ser elevado.				
Firma del experto:			Fecha :02/09/2022				
DNI : 16676031							

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS							
Título de la investigación: " GESTION DE VENTAS Y CONTROL ADMINISTRATIVO EN UNA EMPRESA DE DISTRIBUCIÓN DE TECNOLOGÍA DE MIRAFLORES, 2022"							
Apellidos y nombres del investigador: Barbaran Becerra Jackeline Verónica , Pardo Ramos Jorge Eder							
Apellidos y nombres del experto: Zapana Ruiz Jorge Arturo							
ASPECTO POR EVALUAR				OPINION DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
GESTIÓN DE VENTAS	PLANIFICACIÓN DE LA FUERZA DE VENTA	RECLUTAMIENTO	1. Considera que la empresa emplea un adecuado proceso de reclutamiento para la captación de la fuerza de ventas.	6= Siempre 4= Casi Siempre 3= A veces 2= Casi Nunca 1= Nunca	X		
		SELECCIÓN	2. Se selecciona personal de ventas según el perfil requerido para la fuerza de ventas.		X		
		FORMACIÓN	3. La fuerza de ventas recibe la formación requerida dentro de la empresa		X		
	ORGANIZACIÓN DE LA FUERZA DE VENTA	DELEGACIÓN	4. La empresa organiza las actividades por funciones, delegando autoridad a los líderes de grupo		X		
		DETERMINACIÓN DE RUTAS	5. Considera que la delegación de tareas son asignadas en base a sus actividades		X		
			6. La empresa organiza la fuerza de ventas asignando determinadas rutas		X		
	DIRECCIÓN DE LA FUERZA DE VENTA	COMPENSACION SALARIAL	7. Considera que la determinación de rutas es importante para el cierre de un contrato de venta.		X		
			8. La empresa brinda comisiones de ventas a la fuerza de venta		X		
		MOTIVACIÓN	9. Considera que la compensación salarial que percibe está acorde al mercado		X		
			10. La empresa crea estrategias de motivación dirigidos a la fuerza de venta		X		
	CONTROL DE LA FUERZA DE VENTA	SUPERVISIÓN	11. Consideras que las cuotas propuestas por la empresa motivan tu esfuerzo para alcanzarlas.		X		
			12. La fuerza de ventas elabora reportes sobre las actividades de ventas realizadas.		X		
		RETROALIMENTACIÓN	13. Considera que la supervisión esta enlazada a la apreciación de la labor por parte de la fuerza de ventas		X		
			14. La fuerza de ventas recibe retroalimentación de sus líderes para mejorar las debilidades de su desempeño		X		
					15. Considera que la retroalimentación brindada por los líderes se percibe de manera positiva.	X	

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Firma del experto: Jorge Arturo Zapana Ruiz DNI: 44078388		Fecha 11/07/2022	
---	--	------------------	--

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS							
Título de la investigación: "GESTIÓN DE VENTAS Y CONTROL ADMINISTRATIVO EN UNA EMPRESA DE DISTRIBUCIÓN DE TECNOLOGÍA DE MIRAFLORES, 2022"							
Apellidos y nombres del investigador: Barbaran Becerra Jackeline Verónica , Pardo Ramos Jorge Eder							
Apellidos y nombres del experto: Zapana Ruiz Jorge Arturo							
ASPECTO POR EVALUAR						OPINION DEL EXPERTO	
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
CONTROL ADMINISTRATIVO	SUPERVISION	OBSERVACION	16. Se supervisa el desempeño mediante la observación personal.	5= Siempre 4= Casi Siempre 3= A veces 2= Casi Nunca 1= Nunca	X		
			17. La observación genera conocimiento de primera mano y ofrece una atención intensiva de todas las actividades laborales.		X		
		REPORTES ESTADISTICOS	18. Se controlan los reportes estadísticos con el fin de proporcionar información para la fuerza de ventas.		X		
			19. Los reportes estadísticos son eficaces para reconocer relaciones		X		
		REPORTES ORALES	20. La empresa mide de una forma rápida mediante reportes orales para obtener información .		X		
			21. Los reportes orales permiten obtener retroalimentación verbal y no verbal .		X		
	REPORTES ESCRITOS	22. Los reportes escritos se controlan y son de fácil acceso para volver a consultarlos.	X				
		23. La preparación de los reportes escritos son formales y requieren de un tiempo determinado .	X				
		24. El gerente mide el desempeño del equipo que conforman la fuerza de ventas	X				
	COMPARACION	DESEMPEÑO REAL	25. Se establecen parámetros de variación aceptables entre el desempeño real y el estándar.		X		
			26. Se establecen estándares para la fuerza de ventas que servirán para alcanzar los objetivos.		X		
	CORRECCIÓN	CORREGIR EL DESEMPEÑO	27. El gerente implementa acciones correctivas necesarias para motivar a la fuerza de ventas en el logro de los objetivos .		X		
28. El gerente pone en práctica distintas acciones correctivas inmediatas para corregir las causas variables			X				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, se relacionan con las variables

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS							
de la variación.							
		REVISAR EL ESTÁNDAR	29. Se revisan los estándares para hacer las correcciones necesarias.		X		
			30. El estándar para la fuerza de venta es fácil de cumplir y necesita ser elevado.		X		
Firma del experto: Jorge Arturo Zapana Ruiz DNI: 44078388				Fecha: <u>11/07/2022</u>			



MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: " GESTIÓN DE VENTAS Y CONTROL ADMINISTRATIVO EN UNA EMPRESA DE DISTRIBUCIÓN DE TECNOLOGÍA DE MIRAFLORES, 2022"								
Apellidos y nombres del investigador: Barbaran Becerra Jackeline Verónica , Pardo Ramos Jorge Eder								
Apellidos y nombres del experto: Ramos Martínez Alexandra Shirley								
ASPECTO POR EVALUAR				OPINION DEL EXPERTO				
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS	
GESTIÓN DE VENTAS	PLANIFICACIÓN DE LA FUERZA DE VENTA	RECLUTAMIENTO	1. Considera que la empresa emplea un adecuado proceso de reclutamiento para la captación de la fuerza de ventas.	5= Siempre 4= Casi Siempre 3= A veces 2= Casi Nunca 1= Nunca	X			
		SELECCIÓN	2. Se selecciona personal de ventas según el perfil requerido para la fuerza de ventas.		X			
		FORMACIÓN	3. La fuerza de ventas recibe la formación requerida dentro de la empresa		X			
	ORGANIZACIÓN DE LA FUERZA DE VENTA	DELEGACIÓN	4. La empresa organiza las actividades por funciones, delegando autoridad a los líderes de grupo		X			
			5. Considera que la delegación de tareas son asignadas en base a sus actividades		X			
		DETERMINACIÓN DE RUTAS	6. La empresa organiza la fuerza de ventas asignando determinadas rutas		X			
	DIRECCIÓN DE LA FUERZA DE VENTA	COMPENSACION SALARIAL	7. Considera que la determinación de rutas es importante para el cierre de un contrato de venta.		X			
			8. La empresa brinda comisiones de ventas a la fuerza de venta		X			
		MOTIVACIÓN	9. Considera que la compensación salarial que percibe está acorde al mercado		X			
	CONTROL DE LA FUERZA DE VENTA	SUPERVISIÓN	10. La empresa crea estrategias de motivación dirigidos a la fuerza de venta		X			
			11. Consideras que las cuotas propuestas por la empresa motivan tu esfuerzo para alcanzarlas.		X			
		RETROALIMENTACIÓN	12. La fuerza de ventas elabora reportes sobre las actividades de ventas realizadas.		X			
			13. Considera que la supervisión esta enlazada a la apreciación de la labor por parte de la fuerza de ventas		X			
			14. La fuerza de ventas recibe retroalimentación de sus líderes para mejorar las debilidades de su desempeño .		X			
			15. Considera que la retroalimentación brindada por		X			

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Firma del experto:		los líderes se percibe de manera positiva.				
DNI :10419253		Fecha :11/07/2022				

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "GESTION DE VENTAS Y CONTROL ADMINISTRATIVO EN UNA EMPRESA DE DISTRIBUCION DE TECNOLOGIA DE MIRAFLORES, 2022"							
Apellidos y nombres del investigador: Barbaran Becerra Jackeline Verónica , Pardo Ramos Jorge Eder							
Apellidos y nombres del experto: Ramos Martinez Alexandra Shirley							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINION DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
CONTROL ADMINISTRATIVO	SUPERVISIÓN	OBSERVACIÓN	16. Se supervisa el desempeño mediante la observación personal.	5= Siempre 4= Casi Siempre 3= A veces 2= Casi Nunca 1= Nunca	X		
			17. La observación genera conocimiento de primera mano y ofrece una atención intensiva de todas las actividades laborales.		X		
		REPORTES ESTADÍSTICOS	18. Se controlan los reportes estadísticos con el fin de proporcionar información para la fuerza de ventas.		X		
			19. Los reportes estadísticos son eficaces para reconocer relaciones		X		
		REPORTES ORALES	20. La empresa mide de una forma rápida mediante reportes orales para obtener información .		X		
			21. Los reportes orales permiten obtener retroalimentación verbal y no verbal .		X		
	REPORTES ESCRITOS	22. Los reportes escritos se controlan y son de fácil acceso para volver a consultarlos.	X				
		23. La preparación de los reportes escritos son formales y requieren de un tiempo determinado .	X				
	COMPARACIÓN	DESEMPEÑO REAL	24. El gerente mide el desempeño del equipo que conforman la fuerza de ventas		X		
			25. Se establecen parámetros de variación aceptables entre el desempeño real y el estándar.		X		
	CORRECCIÓN	ESTÁNDAR	26. Se establecen estándares para la fuerza de ventas que servirán para alcanzar los objetivos		X		
			27. El gerente implementa acciones correctivas necesarias para motivar a la fuerza de ventas en el logro de los objetivos .		X		
28. El gerente pone en práctica distintas acciones correctivas inmediatas para corregir las causas			X				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden de las dimensiones - ítems - para corregir las causas de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS
de la variación.

		REVISAR EL ESTÁNDAR	29. Se revisan los estándares para hacer las correcciones necesarias.		X		
			30. El estándar para la fuerza de venta es fácil de cumplir y necesita ser elevado.		X		
Firma del experto:			Fecha :11/07/2022				
DNI :10419253							

Evidencia Juicio de Experto-SUNEDU.

REGISTRO NACIONAL DE
GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES

Aplicativo Guía

BUSCAR IMPRIMIR LIMPIAR

(**) Si existe alguna observación en tu nombre o DNI haz clic aquí.

Resultado

GRUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
LLANOS BALTODANO, VICTOR MANUEL DNI 16678031	BACHILLER EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS Fecha de diploma: 13/02/2008 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO PERU
LLANOS BALTODANO, VICTOR MANUEL DNI 16678031	LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS Fecha de diploma: 22/11/2010 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO PERU
LLANOS BALTODANO, VICTOR MANUEL DNI 16678031	MAESTRO EN CIENCIAS DE LA EDUCACION CON MENCION EN DOCENCIA Y GESTION UNIVERSITARIA Fecha de diploma: 02/06/20 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 12/10/2015 Fecha egreso: 30/10/2016	UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO PERU

(***) Ante la falta de información, puede presentar su consulta formalmente a través de la mesa de partes virtual en el siguiente enlace <https://enlinea.sunedu.gob.pe/>

GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES

Ingrese el código de la imagen

BUSCAR

IMPRIMIR

LIMPIAR

***) Si existe alguna observación en tu nombre o DNI [haz clic aquí](#).

Resultado

GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
ZAPANA RUIZ, JORGE ARTURO DNI 44078388	BACHILLER EN ADMINISTRACION EN TURISMO Y HOTELERIA Fecha de diploma: 29/02/16 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 29/03/2014 Fecha egreso: 23/12/2015	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO PERU
ZAPANA RUIZ, JORGE ARTURO DNI 44078388	LICENCIADO EN ADMINISTRACION EN TURISMO Y HOTELERIA Fecha de diploma: 28/06/16 Modalidad de estudios: PRESENCIAL	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO PERU
ZAPANA RUIZ, JORGE ARTURO DNI 44078388	MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA Fecha de diploma: 19/07/21 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 02/09/2019 Fecha egreso: 17/01/2021	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C. PERU



Resultado

GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
RAMOS MARTINEZ, ALEXANDRA SHIRLEY DNI 10419253	LICENCIADO EN EDUCACION SECUNDARIA EDUCACION COMERCIAL Fecha de diploma: 29/01/2004 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL PERU
RAMOS MARTINEZ, ALEXANDRA SHIRLEY DNI 10419253	LICENCIADA EN EDUCACION SECUNDARIA ESPECIALIDAD EN EDUCACION COMERCIAL Fecha de diploma: 29/08/2004 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL PERU
RAMOS MARTINEZ, ALEXANDRA SHIRLEY DNI 10419253	BACHILLER EN EDUCACION Fecha de diploma: 19/09/2002 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (****) Fecha egreso: Sin información (****)	UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL PERU
RAMOS MARTINEZ, ALEXANDRA SHIRLEY DNI 10419253	MAGISTER EN EDUCACION CON MENCIÓN EN DOCENCIA Y GESTIÓN EDUCATIVA Fecha de diploma: 23/09/2014 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (****) Fecha egreso: Sin información (****)	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO PERU
RAMOS MARTINEZ, ALEXANDRA SHIRLEY DNI 10419253	BACHILLER EN ADMINISTRACION Fecha de diploma: 20/07/15 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: Sin información (****) Fecha egreso: Sin información (****)	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO PERU
RAMOS MARTINEZ, ALEXANDRA SHIRLEY DNI 10419253	LICENCIADA EN ADMINISTRACION Fecha de diploma: 28/09/15 Modalidad de estudios: PRESENCIAL	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO PERU

ANEXO 4: INSTRUMENTOS DE VALIDEZ Y CONFIABILIDAD

Utilizaremos la tabla de Criterios George y Mallery para la interpretación del coeficiente de confiabilidad,

Tabla: Coeficiente de Confiabilidad

Rango	Resultado
Coeficiente alfa > 0,9	Excelente
Coeficiente alfa > 0,8	Bueno
Coeficiente alfa > 0,7	Aceptable
Coeficiente alfa > 0,6	Cuestionable
Coeficiente alfa > 0,5	Inaceptable

Fuente: Elaborado por Castillo et.al (2018)

Tabla: Alfa de Cronbach (Variable 1: Gestión de ventas)

De acuerdo a lo detallado en la tabla 3, el nivel de confiabilidad en el Alfa de Cronbach, en donde se considera los 15 elementos del cuestionario de la primera variable, es de coeficiente 0,949 indicando una “excelente confiabilidad”, demostrando que el instrumento si es confiable, en base a la tabla 2.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,949	15

Tabla: Alfa de Cronbach (Variable 2: Control administrativo)

Estadísticas de fiabilidad	
<u>Alfa de Cronbach</u>	<u>N de elementos</u>
,980	15

Por consiguiente, lo expuesto en la tabla 4, es el resultado del nivel de confiabilidad en el Alfa de Cronbach, en donde se consideraron 15 elementos del cuestionario para la segunda variable, es de coeficiente igual a 0,980 lo que indica una “excelente confiabilidad”, demostrando que el instrumento aplicado es confiable, en base a lo expuesto en la Tabla 2.

ANEXO 5: Autorización de la empresa, aplicación del instrumento

AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA

Yo **RAFAEL WOODMAN CORTES**, identificado con DNI **07859577**, en mi calidad de REPRESENTANTE LEGAL del área de **ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS** de la empresa **TRANSLIGRA SAC** con R.U.C N° **20108811375**, ubicada en la ciudad de Lima.

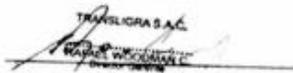
OTORGO LA AUTORIZACIÓN,

Al señor **JORGE EDER PARDO RAMOS** identificado(s) con DNI N° **43278993**, de la Carrera profesional Administración, para realizar la investigación titulada:

Gestión de ventas y control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022; con la finalidad de que pueda desarrollar su Tesis, para optar el Título Profesional.

Indicar si el Representante que autoriza la información de la empresa, solicita mantener el nombre o cualquier distintivo de la empresa en reserva, marcando con una "X" la opción seleccionada.

- Mantener en Reserva el nombre o cualquier distintivo de la empresa; o
 Mencionar el nombre de la empresa.


Firma y sello del Representante Legal

DNI: **07859577**

El Estudiante declara que los datos emitidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación, en la Tesis son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Estudiante será sometido al inicio del procedimiento disciplinario correspondiente; asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.


Firma del Estudiante

DNI:40284943


Firma del Estudiante
DNI: 43278993

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

Lima, 26 de setiembre de 2022

Señores

Escuela de Administración

Universidad César Vallejo – Campus Los Olivos

A través del presente, Rafael Woodman Cortes, identificado con DNI 07859577 representante de la empresa Transligna S.A.C. con el cargo de Gerente de Administración y Finanzas, me dirijo a su representada a fin de dar a conocer que las siguientes personas:

- II. Barbaran Becerra Jackeline Veronica
- III. Pardo Ramos Jorge Eder

Están autorizadas para:

- a) Recoger y emplear datos de nuestra organización a efecto de la realización de su proyecto y posterior tesis titulada **Gestión de ventas y Control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022.**

SI NO

- b) Publicar el nombre de nuestra organización en la investigación

SI NO

Lo que le manifestamos para los fines pertinentes, a solicitud de los interesados

Atte.



Firma y sello del Representante Legal

Nombre y Apellido: Rafael Woodman Cortes
Cargo: Gerente de Administración y Finanzas

ANEXO 6: MATRIZ DE DATOS

Variable 1: Gestión de ventas

VARIABLE 1: GESTIÓN DE VENTAS

N°	PLANIFICACION DE LA FUERZA DE VENTAS			Planificación de la fuerza de ventas	ORGANIZACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS				Organización de la fuerza de ventas	DIRECCIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS				Dirección de la fuerza de ventas	CONTROL DE LA FUERZA DE VENTAS				Control de la fuerza de ventas	Gestión de ventas
	item1	item2	item3		item4	item5	item6	item7		item8	item9	item10	item11		item12	item13	item14	item15		
1	4	5	5	14	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	73
2	3	4	5	12	2	3	1	2	8	5	2	2	2	11	3	3	1	1	8	39
3	2	2	2	6	2	2	2	1	7	1	1	1	1	4	3	1	2	2	8	25
4	2	2	3	7	2	2	1	2	7	5	1	1	2	9	1	2	3	3	9	32
5	2	3	2	7	1	1	1	2	5	5	2	2	2	11	1	1	3	2	7	30
6	2	2	3	7	3	2	1	1	7	5	5	3	1	14	2	2	2	3	9	37
7	3	3	2	8	2	2	2	1	7	1	5	2	2	10	2	2	2	2	8	33
8	3	3	2	8	2	1	1	2	6	4	3	2	3	12	2	2	3	3	10	36
9	2	2	2	6	2	2	2	2	8	5	2	2	2	11	1	2	3	2	8	33
10	4	3	2	9	2	2	2	1	7	5	3	1	2	11	2	2	1	1	6	33
11	2	3	2	7	2	3	2	3	10	2	2	3	2	9	3	2	3	3	11	37
12	4	3	2	9	2	2	3	2	9	5	2	3	2	12	1	3	3	3	10	40
13	3	2	2	7	2	3	2	3	10	4	2	2	2	10	2	2	3	4	11	38
14	3	2	3	8	3	2	3	2	10	2	2	3	2	9	3	2	2	2	9	36
15	1	2	2	5	3	2	3	2	10	5	3	2	2	12	2	3	2	2	9	36
16	2	3	2	7	2	2	2	3	9	5	3	2	1	11	3	2	2	1	8	35
17	2	2	1	5	3	3	2	2	10	5	2	3	3	13	3	3	3	3	12	40
18	3	2	2	7	3	2	2	2	9	2	4	2	1	9	1	1	1	3	6	31
19	1	2	1	4	2	2	1	2	7	5	1	2	1	9	2	2	2	2	8	28
20	3	3	3	9	2	2	3	2	9	5	2	2	1	10	2	1	2	1	6	34
21	1	2	2	5	2	2	1	1	6	4	1	1	1	7	2	1	2	2	7	25
22	1	2	1	4	1	3	2	2	8	5	2	2	3	12	2	2	1	2	7	31
23	2	1	2	5	2	1	3	2	8	4	2	2	2	10	1	1	2	2	6	29
24	2	2	2	6	1	1	2	5	9	2	2	2	2	8	1	1	3	1	6	29
25	2	2	3	7	3	2	1	1	7	5	3	1	2	11	2	2	3	2	9	34
26	3	3	2	8	2	2	1	1	6	5	2	2	2	11	2	2	2	2	8	33
27	3	3	2	8	2	1	1	2	6	4	3	2	3	12	2	2	3	3	10	36
28	2	2	2	6	2	2	2	2	8	5	2	2	2	11	1	2	3	3	9	34
29	2	3	2	7	2	3	2	3	10	2	2	3	2	9	3	2	3	3	11	37
30	3	2	3	8	3	2	3	2	10	2	2	3	2	9	3	2	2	2	9	36
31	1	2	2	5	3	2	3	2	10	5	3	2	2	12	2	3	2	2	9	36
32	5	5	4	14	4	3	3	4	14	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	67
33	5	5	4	14	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	73
34	5	5	5	15	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	74

Variable 2: Control administrativo

VARIABLE 2 :CONTROL ADMINISTRATIVO

N°	SUPERVISIÓN								Supervisión	COMPARACIÓN			Comparación	CORRECCIÓN				Corrección	Control administrativo
	item16	item17	item18	item19	item20	item21	item22	item23		item24	item25	item26		item27	item28	item29	item30		
1	5	5	5	5	4	5	4	5	38	5	5	5	15	5	5	5	5	20	73
2	1	1	1	1	4	1	2	2	13	2	1	1	4	1	1	2	1	5	22
3	2	1	1	1	3	1	1	1	11	1	1	2	4	1	1	1	1	4	19
4	1	1	1	2	3	1	1	1	11	1	1	1	3	1	1	1	1	4	18
5	1	1	1	1	3	2	1	1	11	1	1	1	3	1	1	1	1	4	18
6	2	1	1	1	1	4	1	1	12	2	2	2	6	1	1	1	2	5	23
7	2	2	2	2	2	3	2	1	16	1	1	1	3	1	1	1	1	4	23
8	1	1	2	1	3	2	1	2	13	2	1	1	4	1	1	2	1	5	22
9	1	1	1	4	2	2	1	1	13	2	1	1	4	1	1	1	1	4	21
10	2	2	2	2	2	2	3	1	16	1	1	1	3	1	1	1	1	4	23
11	3	3	3	2	2	3	3	2	21	2	3	2	7	2	3	2	3	10	38
12	2	1	1	2	1	2	2	2	13	2	3	2	7	2	2	2	2	8	28
13	2	2	3	2	3	2	2	2	18	2	3	3	8	2	2	2	2	8	34
14	2	2	2	3	2	3	3	2	19	2	3	2	7	2	2	3	3	10	36
15	2	3	2	2	2	2	2	2	17	2	3	2	7	2	2	2	2	8	32
16	3	2	2	1	1	2	1	2	14	2	2	1	5	2	1	2	2	7	26
17	3	1	2	2	1	2	2	2	15	1	2	1	4	3	3	3	3	12	31
18	2	2	2	2	1	2	2	2	15	2	2	2	6	2	2	2	2	8	29
19	3	2	3	2	1	3	1	2	17	2	1	1	4	2	2	3	3	10	31
20	1	2	1	2	2	2	2	2	14	2	2	2	6	1	2	2	2	7	27
21	1	2	2	2	2	2	2	2	15	2	3	2	7	1	2	1	1	5	27
22	2	1	2	1	2	1	2	2	13	1	2	2	5	2	2	2	1	7	25
23	1	1	2	3	3	3	3	2	18	2	2	2	6	2	2	1	2	7	31
24	1	1	1	1	3	2	1	1	11	1	1	1	3	1	1	1	1	4	18
25	1	1	1	1	4	1	1	2	12	2	2	1	5	1	1	2	1	5	22
26	2	2	2	2	3	2	1	1	15	1	1	1	3	1	1	1	1	4	22
27	1	1	2	1	3	2	1	2	13	2	1	1	4	1	1	2	1	5	22
28	2	1	1	1	4	2	2	1	14	1	2	1	4	1	1	1	1	4	22
29	3	3	3	2	2	3	3	2	21	2	3	2	7	2	3	2	3	10	38
30	2	2	2	3	2	3	2	3	19	2	2	3	7	2	2	2	3	9	35
31	2	3	2	2	2	2	2	2	17	2	3	2	7	2	2	2	2	8	32
32	4	5	4	4	5	4	5	4	35	5	4	5	14	5	5	5	4	19	68
33	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	15	5	5	5	5	20	75
34	5	5	5	5	4	4	5	5	38	5	5	4	14	4	4	4	5	17	69

Prueba piloto

GESTIÓN DE VENTAS														
item 1	item 2	item 3	item 4	item 5	item 6	item 7	item 8	item 9	item 10	item 11	item 12	item 13	item 14	item 15
2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3
4	3	2	2	2	3	2	5	2	3	2	1	3	3	3
3	2	2	2	3	2	3	4	2	2	2	2	2	3	4
3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2
1	2	2	3	2	3	2	5	3	2	2	2	3	2	2
2	3	2	2	2	2	3	5	3	2	1	3	2	2	1
2	2	1	3	3	2	2	5	2	3	3	3	3	3	3
3	2	3	2	2	2	2	4	2	1	1	1	1	3	2
1	2	1	2	2	1	2	5	1	2	1	2	2	2	2
3	3	3	2	2	3	2	5	2	2	1	2	1	2	1
1	2	2	2	2	1	1	4	1	1	1	2	1	2	2
1	2	1	1	3	2	2	5	2	2	3	2	2	1	2
2	1	2	2	1	3	2	4	2	2	2	1	1	2	2

CONTROL ADMINISTRATIVO														
item 16	item 17	item 18	item 19	item 20	item 21	item 22	item 23	item 24	item 25	item 26	item 27	item 28	item 29	item 30
3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3
2	1	1	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2
2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2
2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3
2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2
3	2	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2
3	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	3	3	3	3
2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1
3	2	3	2	1	3	1	2	2	1	1	2	2	3	3
1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	1	1
2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1
1	1	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	1	2

ANEXO 7: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Metodología
<p>Problema General</p> <p>¿Qué relación existe entre la gestión de ventas y el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar la relación que existe entre la gestión de ventas y el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>Existe relación positiva entre la gestión de ventas y el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores 2022</p>	<p>Variable 1: Gestión de ventas</p>	<p>Dimensión 1: Planificación de la fuerza de ventas</p> <p>Dimensión 2: Organización de la fuerza de ventas</p> <p>Dimensión 3: Dirección de la fuerza de ventas</p> <p>Dimensión 4: Control de la fuerza de ventas</p>	<p>Tipo: básica</p> <p>Enfoque: cuantitativo</p> <p>Diseño: no experimental</p> <p>Nivel: descriptivo correlacional</p> <p>Población: 31 colaboradores de una empresa de distribución de tecnología de Miraflores 2022</p> <p>Muestra: censal</p> <p>Técnica: encuesta</p> <p>Instrumento: cuestionario</p> <p>Análisis de datos: descriptivo e inferencial</p>
<p>Problemas específicos:</p> <p>(1) ¿Qué relación existe entre la gestión de ventas y la supervisión en el control administrativo de una empresa de distribución tecnológica de Miraflores, 2022? (2) ¿Qué relación existe entre la gestión de ventas y la comparación en el control administrativo de una empresa de distribución tecnológica de Miraflores, 2022?(3) ¿Qué relación existe entre la gestión de ventas y la corrección en el control administrativo de una empresa de distribución tecnológica de Miraflores, 2022?</p>	<p>Objetivos específicos:</p> <p>(1) Determinar la relación que existe entre la gestión de ventas y la supervisión en el control administrativo de una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022 (2) Determinar la relación que existe entre la gestión de ventas y la comparación en el control administrativo de una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022(3) Determinar la relación que existe entre la gestión de ventas y la corrección en el control administrativo de una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022</p>	<p>Hipótesis específica:</p> <p>(1) Existe relación positiva entre la gestión de ventas y la supervisión en el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022 (2) Existe relación positiva entre la gestión de ventas y la comparación en el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022(3) Existe relación positiva entre la gestión de ventas y la corrección en el control administrativo en una empresa de distribución de tecnología de Miraflores, 2022</p>	<p>Variable 2: Control administrativo</p>	<p>Dimensión 1: Supervisión</p> <p>Dimensión 2: Comparación</p> <p>Dimensión 3: Corrección</p>	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, LUNA GAMARRA MAGALY ERICKA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "GESTIÓN DE VENTAS Y CONTROL ADMINISTRATIVO EN UNA EMPRESA DE DISTRIBUCIÓN DE TECNOLOGÍA DE MIRAFLORES, 2022

", cuyos autores son PARDO RAMOS JORGE EDER, BARBARAN BECERRA JACKELINE VERONICA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 24.00%, 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.

LIMA, 29 de Noviembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
LUNA GAMARRA MAGALY ERICKA DNI: 09629458 ORCID: 0000-0002-7543-9275	Firmado electrónicamente por: MLUNAG12 el 10-12- 2022 22:35:16

Código documento Trilce: TRI - 0462158