

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ESTUDIO DE CONTABILIDAD



Gestión de ventas y su incidencia en la liquidez de la Vidriería
Lutgardo, Huacho, 2020

Tesis para obtener el título profesional de Contadora Pública

Autora:

Lino Pacora, Zully Magally

Asesor:

Revilla Becerra, Misael

CÓDIGO ORCID: 0000-0001-7487-5107

HUACHO-PERU

2022

Índice general

Índice general	ii
Índice de tablas	iii
Palabras Clave	iv
Título	v
Resumen	vii
Abstract	viii
1. Introducción	1
2. Metodología	20
3. Resultados	22
4. Análisis y discusión.....	42
5. Conclusiones	45
6. Recomendaciones	47
Referencias bibliográficas	48

Índice de tablas

Tabla 1.....	22
Tabla 2.....	23
Tabla 3.....	24
Tabla 4.....	25
Tabla 5.....	26
Tabla 6.....	27
Tabla 7.....	28
Tabla 8.....	29
Tabla 9.....	30
Tabla 10.....	31
Tabla 11.....	32
Tabla 12.....	33
Tabla 13.....	34
Tabla 14.....	35
Tabla 15.....	36
Tabla 16.....	37
Tabla 17.....	38
Tabla 18.....	39
Tabla 19.....	40
Tabla 20.....	41

Palabras Clave: Gestión de ventas, Liquidez

Keywords: sales management, liquidity

Línea de investigación

Línea de investigación

Tributación

Área

Ciencias Sociales

Sub área

Economía y Negocios

Disciplina

Economía

Sub línea

Finanzas



USP
UNIVERSIDAD SAN PEDRO

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

El que suscribe, Vicerrector de Investigación de la Universidad San Pedro:

HACE CONSTAR

Que, de la revisión del trabajo titulado "Gestión de ventas y su incidencia en la liquidez de la Vidriería Lutgardo, Huacho, 2020" del (a) estudiante: Zully Magally Lino Pacora, identificado(a) con Código N° 1615100089, se ha verificado un porcentaje de similitud del 29%, el cual se encuentra dentro del parámetro establecido por la Universidad San Pedro mediante resolución de Consejo Universitario N° 5037-2019-USP/CU para la obtención de grados y títulos académicos de pre y posgrado, así como proyectos de investigación anual Docente.

Se expide la presente constancia para los fines pertinentes.

Chimbote, 19 de Junio de 2023

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN



Dr. JAVIER MARTÍNEZ CARRIÓN
VICERRECTOR



NOTA:

Este documento carece de valor si no tiene adjunta el reporte del Software TURNITIN.

Título:

Gestión de Ventas y su incidencia en la liquidez de la Vidriería Lutgardo,
Huacho, 2020

Resumen

El presente proyecto de investigación tiene como propósito determinar el nivel de aplicación de la gestión de ventas y su incidencia en la liquidez de la empresa Vidriería Lutgardo, Huacho, 2020. El tipo de investigación será descriptivo; el diseño será no experimental de corte transversal. La población estará constituida por la Vidriería Lutgardo, donde laboran un total de 10 trabajadores, que se dividen en 9 empleados y el gerente de esta (1). La técnica por utilizar será la encuesta, el instrumento por utilizar será un cuestionario, que estará conformado por 18 preguntas. Entre otros resultados a encontrar consideramos que la gestión de ventas aplicada no es adecuada, la cual afecta la capacidad de pago, no pudiendo cumplir con las obligaciones corrientes, como gastos personales y el pago de alquiler, que impide contar con capital de trabajo que permita operar en condiciones normales. En ese sentido, la liquidez ha disminuido y resulta que es ineficiente.

Abstract

The purpose of this research project is to determine the level of application of sales management and its impact on the liquidity of the company Vidriería Lutgardo, Huacho, 2020. The type of research will be descriptive; the design will be non-experimental cross-sectional. The population will be made up of the Lutgardo Glass Shop, where a total of 10 workers work, divided into 9 employees and its manager (1). The technique to be used will be the survey, the instrument to be used will be a questionnaire, which will be made up of 18 questions. Among other results to be found, we consider that the applied sales management is not adequate, which affects the ability to pay, not being able to meet current obligations, such as personal expenses and rent payments, which prevents having working capital that allows operate under normal conditions. In that sense, liquidity has decreased and it turns out to be inefficient.

1. Introducción

A continuación, se expondrán los antecedentes de la investigación.

A nivel internacional:

Carvajal y Mora (2020) en su trabajo de investigación realizaron el análisis de las cuentas por cobrar y la influencia en la liquidez en la empresa Maserclisa S.A. De tipo no experimental con un enfoque cualitativo, se realizó entrevistas personales para recolectar la información a los colaboradores de la empresa. Además, se empleó también la técnica de la observación y cuestionarios. Los resultados indicaron que las cuentas por cobrar son de nivel básico, y que sus funciones y procedimientos no están documentados. La conclusión menciona que la gestión de ventas debe de mejorar.

Cardona (2020), en su tesis, plantea el objetivo de determinar la forma de cómo se realiza la gestión de ventas en la empresa El Manantial. Se utilizó como instrumento la entrevista a dirigida los supervisores de ventas, con un total de 19 preguntas y al Gerente de ventas, con un total de 32 preguntas. Adicional a ello una encuesta dirigida a los vendedores y auxiliares de ventas con un total de 17 preguntas de las cuales 5 fueron cerradas, 7 abiertas y 5 de opción múltiple. Para el análisis e interpretación de cada respuesta se tomó como base la opinión de los sujetos de estudio y comentarios de la investigadora. Determinó que el plan de marketing es un tema independiente que no se vincula con las actividades del departamento de ventas y las distintas funciones. Pero sí contribuye con una planificación que detalla objetivos y metas, también un programa de acciones específicas para esta área. Asimismo, señala que una mejora en la gestión de ventas puede elevar la liquidez y rentabilidad.

Álvarez y García (2019), en su investigación tuvieron el propósito de identificar el nivel del cumplimiento con relación a la gestión de las ventas y liquidez en la empresa GAFUMEX E.I.R.L. El tipo de investigación fue aplicada y con un diseño no experimental. Se emplearon las entrevistas y el

análisis documental como instrumentos de recolección de datos. Los resultados indicaron que la empresa presenta un nivel bajo de gestión de ventas, con lo cual se recomendó mejorar las políticas de ventas para mejorar su liquidez y cumplir con las obligaciones. La conclusión de la investigación señala que la liquidez se encuentra en nivel bajo existiendo diversas cuentas por pagar la cual obliga a la empresa a solicitar préstamos financieros para cumplir con sus obligaciones.

León y Corozo (2019) sostuvieron como objetivo mejorar la gestión comercial en donde permita mejor los procesos de compras y ventas, con la finalidad de optimizar el rendimiento de dichos procesos. La investigación fue cuantitativa y cualitativa teniendo como instrumento cuestionarios a una muestra de 20 funcionarios de varias empresas que son principales comercializadores de llantas. Se llegó a la conclusión que FOMENTCORP S.A. acata cada uno de las normas y estrategias para mantener en cuidado el sistema de control de inventarios; esta no tendrá inconvenientes en las ventas, en su liquidez y siempre podrá tomar medidas correctivas sin que afecte a la demanda. Además, que a pesar de que FOMENTCORP S.A. maneja el inventario de forma manual, el servicio que brindan es excelente, pues tienen experiencia y procuran mejorar en brindar satisfacción a sus clientes.

Vanegas (2018), presentó un trabajo en donde el objetivo fue analizar las políticas y los procedimientos de las ventas para mejorar la liquidez en la empresa BARTON S.A. De tipo no experimental de enfoque cualitativo, se hizo uso de la entrevista como instrumento para recolectar la información necesaria. Los resultados indicaron que la empresa BARTON S.A. tiene muchas debilidades, falta de estrategias, poco personal capacitado, lo que generó en un incremento de clientes morosos. Además la empresa no tiene un sistema de seguimiento al cliente.

Montoya y Navarro (2018), en su tesis, tuvo como principal objetivo la determinación de cómo incide la gestión de ventas en la liquidez de las microempresas en la ciudad de Guayaquil. La investigación se basó en el diseño correlacional no experimental. La población estuvo conformada por 12,564 empresas, y cuya muestra fue de 105. Como resultado principal se encontró que el 46% de los encuestados sostuvo que el principal obstáculo para iniciar un negocio es la falta de financiamiento. Por lo tanto, se concluye que las empresas deben solicitar préstamos en entidades formales con la finalidad de mejorar o iniciar sus negocios.

Segundo, a nivel nacional, se tienen los siguientes antecedentes:

Neyra Sora (2019), en su investigación tuvo como objetivo dar a conocer el control de las ventas influye en la liquidez en la empresa KALPU S.A.C. El tipo de investigación fue no experimental de corte transversal, la muestra la conformaron 6 integrantes de la mencionada empresa, y se recolectó la información mediante la entrevista y el análisis documental. Los resultados encontrados fueron: la empresa KALPU S.A.C. presenta un alto índice de falta de cumplimiento de gestión de ventas lo que origina un mal manejo de los procesos. La conclusión menciona que el control de las ventas influye en la liquidez de la empresa.

Aguilar (2018), en su tesis titulada, propone como objetivo general analizar las estrategias para incrementar las ventas y su incidencia en la liquidez de la empresa Contratista Corporación Petrolera. El tipo de investigación fue descriptiva correlacional, de diseño no experimental de corte transversal. Para la población, utilizaron al área de gerencia y contabilidad de la empresa en cuestión, mientras que la muestra fue de 1 gerente y los 15 laborantes de la segunda área mencionada. El autor concluye lo siguiente: La empresa Contratista Corporación Petrolera SAC, necesita de políticas eficientes, ya que no realiza las evaluaciones pertinentes que le permitan hacer un seguimiento al

comportamiento de los clientes con sus obligaciones, realizando la contratación de terceros para esta tarea, la cual genera gasto y afecta la liquidez. Por ello la organización debe establecer normas crediticias y realizar una investigación que le permita conocer el cumplimiento de los clientes con sus deudas, logrando de esta manera genere más rentabilidad.

Vascona (2018), en su tesis, propuso el objetivo general de analizar el proceso de gestión de ventas y su incidencia en la liquidez y rentabilidad de la empresa Infoquality. Se utilizó la investigación de campo y documental teniendo como instrumento la entrevista al responsable del proceso de ventas de la empresa y un directivo además se realizó un focus group donde participaron los colaboradores de la empresa para obtener más información sobre la empresa y sus clientes. Para el procesamiento y análisis de la información obtenida se realizó por la interpretación de los resultados que le manifestó el personal. La investigación concluyó que la empresa no cumple con las fases para tener un proceso óptimo además no hay estrategias para la captación de nuevos clientes ni un proceso de post venta. Adicional a ellos, recomendaron que se debe realizar revisiones trimestrales de las metas de venta y de los estados financieros para tomar acciones oportunamente adicionales a ello, alinear la capacitación con las necesidades específicas del cargo de los colaboradores.

Villanueva (2017) en su tesis, tuvo como objetivo determinar la dependencia entre la gestión de las ventas y la liquidez en la empresa Constructora San Borja. Como tipo de investigación se utilizó el no experimental, y como diseño el correlacional. Los resultados indicaron que las cuentas por cobrar se relacionan con la liquidez de la empresa, cuyo valor de semejanza fue de 0.777, lo que significa que se tiene varias cuentas por cobrar y esto genera pérdidas a la empresa constructora.

Soto (2017) sustentó un trabajo donde el objetivo fue determinar el nivel de dependencia del control de las ventas y la liquidez en las compañías comerciales. La metodología fue: de tipo básica descriptiva, y de diseño no experimental transversal. Como conclusión el autor sostiene que el valor de coeficiente de correlación es de 0.789 por lo que sostiene que las empresas tienden a cobrar sus cuentas en el momento oportuno, y por eso conlleva a la empresa a cumplir con sus obligaciones. Se recomienda que las demás empresas comerciales tengan políticas de ventas para manejar una buena liquidez.

Dolores (2017) en su tesis, propuso el objetivo general de estudiar de qué manera la gestión de ventas se relaciona con la liquidez en las empresas inmobiliarias del Centro Comercial de Gamarra. De tipo básico y de diseño correlacional no experimental, el trabajo concluye que la gestión de ventas sí se relaciona con la liquidez, con un valor de correlación fue de 0.849. además, se menciona que aquellas empresas que no manejen correctamente sus flujos de efectivo, deberían capacitar a su personal en tesorería o ventas para mejorar los procesos y la liquidez en la empresa.

Oróstegui M. (2017), en su tesis tuvo como objetivo mejorar el control de las ventas en la empresa J. ARENAS S.A.C. El tipo de estudio fue descriptivo. La muestra fue el área de ventas de la empresa J. ARENAS S.A.C. de los Olivos, mientras que para la muestra se tomó a todos los trabajadores de dicha área. Los principales resultados significativos en las ventas, indica que estas no fueron ejecutadas de manera pertinente, por lo que se encuentran pendientes de 1 mes a 2, 8 es en un 16%, de 2 meses a 3 en un 31.32% y de 3 meses a más en un 52.26%. Como conclusión se menciona que la gestión de las ventas sí influye de manera directa en la capacidad de pago de la empresa. Por lo tanto, es necesaria la implementación de un control de ventas en las compañías para incrementar la liquidez.

Flores (2017) en su trabajo tuvo el objetivo de identificar la condición de la variable gestión de ventas y su relación con la variable liquidez en los centros educativos del distrito de La Molina. Como tipo de investigación se empleó el no experimental transversal, con un diseño correlacional. El valor obtenido del coeficiente de correlación fue de 0.639 lo que significa que la gestión de ventas sí se relaciona con la liquidez, por lo que existe una falta de gestión contables en los centros educativos provocando así una falta de liquidez.

Zeballos (2017) propuso como objetivo identificar la relación entre las políticas de crédito y ventas y la liquidez en las empresas de productos químicos en el mercado de Lima. Como tipo de investigación se empleó el no experimental y el diseño fue correlacional. El valor del coeficiente de correlación fue de 0.845 lo que significa que las políticas de créditos y ventas sí se relacionan de manera directa con la liquidez. Como conclusión se menciona que las empresas de productos químicos carecen de políticas de ventas y créditos, lo que conlleva a falta de liquidez. Se recomienda que se implementen comisiones de cuentas por cobrar y darle la prioridad a las políticas de créditos y cobranzas.

Tercero, a nivel local, se tienen los siguientes antecedentes:

Reyes (2019), tuvo como objetivo identificar el nivel de gestión de las ventas mediante diversas ratios y conocer el nivel de liquidez de la empresa AVTING S.A. El tipo de investigación fue descriptivo cualitativo. Los instrumentos empleados fueron el análisis documental y la entrevista. Los resultados indicaron que la empresa no tiene un manual de políticas de ventas, tampoco con procesos que le permitan recuperar sus ventas en un tiempo determinado. La conclusión del estudio señala que se deben de aplicar diversas estrategias para mejorar el proceso de cobranza y así poder cumplir con sus objetivos y obligaciones.

Castillo (2017) en su tesis tuvo el propósito principal de identificar y describir las implicancias de las percepciones del IGV en la gestión de las ventas y liquidez en las empresas del sector combustible, Lima. De tipo cuantitativo con un enfoque descriptivo. La muestra estuvo compuesta por 135 empresas, de las cuales el 15% sostuvo que es importante conocer el TUO de IGV; el 55% sostuvo que una buena gestión mejora los recursos monetarios. La conclusión del estudio señala que se acepta la hipótesis de investigación, y que el régimen de percepciones del IGV sí influye en la liquidez de las empresas del sector combustible.

Pacheco (2017), en su tesis, se tuvo como objetivo general, desarrollar un plan de fidelización de clientes para el incremento de las ventas en la empresa DISDURAN S.A. en el cantón Durán. La investigación fue cuantitativa teniendo como instrumento entrevistas y encuestas de una muestra de 357 clientes. Sobre el procedimiento de los resultados fue a través de un proceso estadístico cuantitativo. Se llegó a la conclusión de que el estudio de mercado determinó que los clientes se encuentran satisfechos, y a su vez se presentó un plan de fidelización de clientes para mejorar las ventas. Además, relacionó una buena gestión de ventas con mayor liquidez en la empresa de estudio, concluyendo que se mejoró claramente en cuanto a ello luego de aplicar un mejor plan de ventas.

Fabian (2017), propuso como objetivo general determinar la relación que tiene la gestión de las ventas con los indicadores del desempeño del personal en productos de consumo masivo de la empresa ALICORP, Lima. Para este trabajo se realizó una investigación descriptiva usando como instrumento la encuesta basada en 41 preguntas dirigido a 60 trabajadores de la jefatura de ventas de ALICORP de consumo masivo y la herramienta para el análisis de sus resultados fue el SPSS 24. El aporte que dejó esta investigación fue que la gestión de ventas es vital en la empresa por ende se debe establecer procesos

que consiste en generar un manual de ventas con cada proceso detallando objetivos y recompensas mensuales, por otra parte, se llegó a la conclusión que siempre se necesita implementa una nueva plataforma de soporte con relación a la gestión de ventas ya que la empresa ALICORP maneja sus ventas por vía telefónica, pero con el uso adecuado.

Poma (2021) en su trabajo de investigación propuso como objetivo identificar la incidencia de la gestión de las ventas en la liquidez en la empresa Pizza Continuos, Trujillo. Como tipo de investigación se empleó el descriptivo y el diseño fue no experimental. La técnica de recolección de datos empleada fue el análisis documental. Los resultados indicaron que la gestión de las ventas sí influye de manera directa en la liquidez de la mencionada empresa, ya que la gerencia sí ha realizado un óptimo manejo de los recursos. Además, han podido invertir y financiarse de manera responsable generando así mayor liquidez.

Para el siguiente proyecto de investigación, se tendrá en cuenta las bases teóricas respecto a las dos variables en estudio.

En primer lugar, respecto a la variable Gestión de ventas, según Molina (2018), sostiene que es el intercambio del negocio de los clientes y su entorno. Es una actividad muy importante dentro del modelo de negocio y que está presente en todas las empresas. Visto desde el punto de vista general, la función comercial está ubicada en la última etapa del proceso.

La función comercial tiene las siguientes etapas:

- Decidir sobre qué mercados invertir
- Productos y servicios a ofrecer
- Política de precios a aplicar
- Gestión de las ventas
- Desarrollo de un sistema comercial

Todo esto es parte de la gestión comercial. Sin duda, un elemento clave para el funcionamiento exitoso de las empresas. (Polo, 2018).

Proceso de la gestión de ventas

Teniendo en cuenta a Johnston & Marshall (2009), sostienen que hay 3 pasos para un correcto manejo de la gestión de ventas cuando se requiera implementar en una empresa.

- **Formulación:** Debe tomarse en cuenta los factores del entorno que enfrenta la empresa.
- **Aplicación:** Llamada también de implantación, comprende la selección del personal de ventas adecuado, así como diseñar e implantar las políticas y los procedimientos que encaminaran los esfuerzos hacia los objetivos deseados.
- **Evaluación y control:** Se debe elaborar métodos para observar y evaluar el desempeño de la fuerza de ventas.

Planificación de ventas

A juicio de Acosta, Salas, Jiménez & Guerra (2018), manifiestan que: Planificar significa prepararse para el futuro y responder a las consecuencias de las decisiones tomadas por la administración. En el caso de las ventas deben tener una cuidadosa planificación porque el mercado sufre continuos cambios y en juego está el futuro de la compañía o del negocio. La utilidad que se tiene cuando se planifica en la gestión de ventas es de mejorar el clima empresarial, tener una dirección y enfoque establecido. Además de mejorar la coordinación y cooperación, desarrollar estándares individuales y colectivos. Como última ventaja aumenta la flexibilidad de la organización de ventas. Los gerentes y directivos de ventas deben tener claro sus funciones y lo que el negocio espera de ellos en este caso en la etapa de planificación sus obligaciones son:

- Definir metas y objetivos
- Aplicar políticas
- Idear estrategias
- Dirigir tácticas

Objetivos de la gestión de ventas

Tal como lo expresa Jobber & Lancaster (2012) señalan que: Los objetivos también forman parte de las estrategias y las tácticas del marketing. Los tipos que se puede encontrar son financieros, corporativos, divisionales o departamentales. Pero cada objetivo es independiente y por lo tanto requiere de una estrategia propia. Estos son los objetivos de la gestión de ventas:

1. Asegurar que los objetivos se centren en resultados: Los logros deben ser cuantificables.
2. Establecer medidas contra objetivos: Debe haber un debido rendimiento sobre la inversión que se está empleando.
3. Cuando sea posible, tener un solo tema para cada objetivo: Se debe examinar cada objetivo minuciosamente.
4. Asegurar que los recursos sean realistas: Con la elaboración de pruebas, ayuda a estimar los costos de un ámbito realista.
5. Asegurar que los objetivos de marketing estén integrados con los objetivos corporativos: Tiene que haber una relación entre los objetivos corporativos como los objetivos del marketing. Por lo tanto, en los objetivos son los pasos determinados para que el equipo de ventas tenga como reto y una dirección definida en un tiempo determinado.

Ahora, a continuación, se expondrán las bases teóricas de mi segunda variable en este trabajo de investigación, la cual es la Liquidez.

Respecto a ello, el autor Banda, J. (2016) refiere que la liquidez representa la cualidad de los activos para ser convertidos en dinero efectivo de forma inmediata sin pérdida significativa de su valor. De tal manera que cuanto más fácil es convertir un activo en dinero se dice que es más líquido. Por definición el activo con mayor liquidez es el dinero, es decir los billetes y monedas tienen una absoluta liquidez, de igual manera los depósitos bancarios a la vista, conocidos como dinero bancario, también gozan de absoluta liquidez y por

tanto desde el punto de vista macroeconómico también son considerados dinero.

El origen de la segunda variable está referido a la trama de liquidez. Es decir, cuando las personas e instituciones necesitan dinero de manera urgente por tres razones principales: intercambio, razonabilidad y especulación. El dinero es un medio de intercambio y es necesario para que las personas necesiten invertir en negocios. Además, esta actividad es también una función del ingreso de la persona; en resumen, la demanda del dinero varía según las razones de precaución. (Ugarte et al. 2017).

Sevilla (2020) afirma que la liquidez es la capacidad que un activo puede ser vendido e intercambiado por otro activo. Mientras que un activo sea más líquido, este se podrá vender de una manera más rápida y su riesgo de pérdida será menor. El efectivo es el activo más líquido puesto que es más fácil intercambiarlo por otro.

Por su parte Carrillo (2015) sostiene que la liquidez es la parte principal de una organización, ya que determina la eficiencia que esta tiene para poder cumplir con sus obligaciones a corto plazo. Además, viene a ser la capacidad que se tiene para poder generar negociaciones de manera rápida.

El activo muy líquido viene a ser también un depósito en una entidad financiera y en donde el titular tiene la libertad de retirar el dinero en cualquier momento, desde la misma entidad bancaria o desde un cajero automático.

Caso contrario, un activo poco líquido es un bien o inmueble que puede ser vendido o convertido en dinero y en cual transcurre un determinado tiempo para poder venderlo. Si se necesita venderlo con más rapidez, se deberá asumir un cierto valor de pérdida respecto a su valor objetivo de mercado.

En resumen, la liquidez de un activo es lo contrario a la rentabilidad que ofrece el mismo, por lo que es probable que un activo muy líquido brinde una rentabilidad pequeña.

El activo líquido presenta las siguientes características:

- Se vende de manera rápida
- Se obtiene una mínima pérdida de valor
- Siempre existen compradores y vendedores.

Importancia de la Liquidez

Vásquez y Vega (2016) afirman que la liquidez es muy importante en las organizaciones y en las personas ya que la falta de ella puede ocasionar problemas en la ejecución del compromiso, mayores intereses o hasta el cierre de una empresa. Es necesario tener un buen capital para asegurar solvencia económica que permita generar nuevos compromisos y cumplir con los objetivos planteados.

Consecuencias por la falta de liquidez

Las consecuencias que genera la falta de liquidez pueden ser: reducción de los créditos de la empresa, mala imagen de la empresa, poca eficiencia en la administración, los activos fijos se transfieren por debajo de su precio, entre otras más.

Estas consecuencias conllevan a que la empresa no cumpla los acuerdos con sus proveedores. Se genera una mala imagen ya que no respeta sus compromisos generando así multas y falta de pago a sus trabajadores y que pueden llevar a un clima hostil en la interna de la organización.

Justificación de la investigación

En la empresa materia de estudio, se viene observando que existe una gestión de ventas que no es adecuada, bajo la modalidad del contado y crédito en un 50% cada una, lo cual afecta a la capacidad de pago, no pudiéndose cubrir las obligaciones corrientes como es el gasto de personal, servicios como alquiler entre otros, es decir la entidad no cuenta con un capital de trabajo que le permita operar en condiciones normales.

Creemos que la investigación a realizar será de gran relevancia ya que nos permitirá identificar y clarificar las áreas críticas de la administración de las ventas tanto al contado como crédito y el tiempo de recuperación del capital, así como establecer el nivel de capital de trabajo, que permita realizar algunas sugerencias para ser eficiente y eficaces en la gestión de ventas y en el establecimiento de la liquidez adecuada para la empresa en estudio. la recupera
Nosotros consideramos que la investigación a llevarse a cabo podrá servir a otras personas y o empresas interesadas en estudiar el tema materia de investigación.

Problema

¿De qué manera incide la gestión de ventas en la liquidez de la empresa Vidriería Lutgardo, de la provincia de Huacho, el año 2020?

Conceptuación y operacionalización de las variables

Definición conceptual de la variable Gestión de ventas

Jobber & Lancaster (2012) afirman que incluye el uso de un conjunto completo de principios, técnicas y habilidades en esencias personales que cumple una

amplia gama de tipos diferentes de tareas de ventas. Asimismo, enfatizan que los programas de gestión de ventas deben formularse de tal modo que respondan debidamente a las circunstancias del entorno de una empresa y sean congruentes con las estrategias de marketing de la compañía.

Definición operacional de la variable Gestión de ventas

Es la evaluación conjunta del total de las unidades vendidas en las compañías de los diferentes rubros en los que se encuentran trabajando. Es una forma de garantizar que se maximicen las ventas y, por consiguiente, que las utilidades sean mayores. Para esto, se necesita organizar un plan estratégico de ventas, en el que primen un sistema para ello, que se realice un diagnóstico de cómo está yendo la gestión y analizar las estrategias de la fuerza de ventas que se realicen y se puedan realizar.

Esta variable presenta las siguientes dimensiones con sus respectivos indicadores:

Dimensión 1: Estrategias de Fuerzas de ventas

Es el personal propio o externo a la empresa que se dedica a la comercialización de sus productos o servicios.

Sus indicadores son:

Incentivos: Descuentos que sean mínimos para sus clientes y que no se vea afectada la fluidez de la organización, así tendrá la posibilidad de tener una mayor capacidad de pago. (Espejo, 2011)

Formación: Consiste en actualizar conocimientos técnicos y habilidades. (Espejo, 2011)

Sistema de gestión de ventas: La empresa cuenta con un sistema de gestión de ventas que considera: análisis de ventas, comisiones y cuotas de ventas, un responsable e instrumentos de apoyo para el proceso de ventas. (Molina, 2018)

Diagnóstico de gestión: Es lo que permite establecer las fortalezas para reproducirlas y detectar las debilidades para mejorarlas, nada más y nada menos. (Molina, 2018)

Ventas al contado: Una venta al contado es aquella que se cobra en el momento de la operación. Dicho cobro se puede realizar tanto con dinero en metálico como con transferencia bancaria, cheque, tarjeta de crédito. (Molina, 2018)

Ventas al crédito: La venta a crédito es aquella transacción donde el comprador recibe el bien o servicio y lo paga de forma diferida en el futuro. (Molina, 2018)

Definición conceptual de la variable Liquidez

La liquidez representa la cualidad de los activos para ser convertidos en dinero efectivo de forma inmediata sin pérdida significativa de su valor. De tal manera que cuanto más fácil es convertir un activo en dinero se dice que es más líquido. (Banda, 2016)

Definición operacional de la variable Liquidez

La liquidez mide el grado de rentabilidad que una compañía obtiene por la realización de sus ventas en determinado periodo de tiempo. Esto, indudablemente, significa que una empresa puede ser solvente en cuanto a su economía, y, por ende, crecer.

Esta variable presenta las siguientes dimensiones con sus respectivos indicadores:

Dimensión 1: Rentabilidad económica

Existe una cierta dependencia entre la utilidad y las ventas, activos y capital, lo cual permite identificar si la gestión es la correcta en términos financieros. (Congo, 2016)

Sus indicadores son:

Liquidez y empresa: La liquidez viene a ser la capacidad de una organización para conseguir dinero y así cumplir con sus obligaciones dentro de los plazos determinados. (Sevilla, 2016)

Solvencia: Es la capacidad de un negocio para generar fondos con los que hacer frente a sus obligaciones de pago en las condiciones y plazos pactados con terceros. (Economipedia, 2020).

Dimensión 2: Capacidad de pago

Es la liquidez que tiene una empresa, para afrontar sus obligaciones conforme éstas vayan venciendo, es decir, cumplir con cancelar dichos pasivos. (Flores, 2010)

Sus indicadores son:

Ingresos: Viene a ser el aumento de los recursos para empresa que se van generando dentro de un periodo. (Cardozo, 2015)

Gastos: Son los egresos y lo cual determina el aumento de las deudas. Son los diversos pagos que la empresa tiene que realizar, en efectivo o en otra forma de pago. (Erazo & Ochoa, 2020)

Dimensión 3: Compromisos a corto plazo

Son los pagos que la institución está en la obligación de realizar. Por ejemplo, los pagos de los trabajadores y el de sus proveedores. (Alarcón, 2017)

Impuesto: Los impuestos se generan en función en el valor de las ventas. Es un compromiso que tiene la empresa con el estado. (Debitor, 2013)

Proveedores: Toda empresa genera crédito para sus clientes, por eso es importante que se obtenga de ellos para un crédito que puedan cumplir sus compromisos. (Iturrioz, 2013)

Remuneraciones: Son los pagos que un trabajador recibe por sus servicios prestados. (Alarcón, 2017)

Matriz de Operacionalización de las variables

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítem
Gestión de ventas		Sistema de gestión de ventas	1
			2
			3
		Diagnóstico de gestión	4
			5
			6
	Estrategias de fuerza de ventas	Incentivos	7
		Formación	8
		Contado	9
Credito		10	
Variable Dependiente Liquidez	Rentabilidad económica	Liquidez y empresa	11
			12

		Solvencia económica	12,13
	Capacidad de pago	Ingresos	14
		Gastos	15
		Dinero	16
	Compromisos a corto plazo	Impuesto	17
		Proveedores	18
		Remuneraciones	19

Hipótesis

La gestión de ventas incide significativamente en la liquidez de la empresa Vidriería Lutgardo, de la provincia de Huacho, el año 2020.

Objetivos

OBJETIVO GENERAL

Determinar el nivel de aplicación de la gestión de ventas y su incidencia en la liquidez de la empresa Vidriería Lutgardo, Huacho, 2020.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer la gestión de ventas de la empresa Vidriería Lutgardo, de la provincia de Huacho, el año 2020.
- Determinar la liquidez de la empresa Vidriería Lutgardo, Huacho, de la provincia de Huacho, el año 2020.

- Proponer nuevas herramientas de gestión de ventas que impacten eficientemente en la liquidez de la empresa Vidrieria Lutgardo, de la provincia de Huacho, el año 2020.

2. Metodología

TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.

Fue descriptivo, porque se encargó de especificar propiedades y características relevantes de los fenómenos que serán analizados. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)

Mientras que el diseño fue no experimental, pues se realizará sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables.

Fue de corte transversal, porque los diseños no experimentales se pueden clasificar en transeccional o transversal y longitudinal. De acuerdo, a la base teórica la presente investigación es transversal, porque la recolección de datos se realiza en un solo momento, en un determinado tiempo. Su propósito es describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado”. (Hernández et al., 2014).

POBLACIÓN

En este caso la población estuvo constituida por la empresa Vidriería Lutgardo, donde laboran un total de 10 trabajadores, 9 empleados y el gerente.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

La técnica utilizada fue la encuesta

Como instrumento se empleó el cuestionario.

VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

Se realizó el juicio de 3 expertos, quienes validarán la información, 1 metodólogo y 2 especialistas de la universidad San Pedro, el resultado nos permitió ver el nivel de validez del instrumento a ser aplicado.

PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

Se emplearon diversas técnicas para el análisis de la información y que fueron procesadas en el Excel 2019.

3. Resultados

Tabla 1

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	10	100%
Totalmente desacuerdo		
Total	10	100 %

Considera que es aplicada correctamente la Gestión de ventas en la empresa

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 100% señaló que está totalmente desacuerdo en cuanto a que es aplicada correctamente la Gestión de ventas en la empresa.

Tabla 2

Cree que un sistema de Gestión de ventas es importante para tomar decisiones

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	10	100%
De acuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente desacuerdo	0	0%
Total	10	100 %

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 100% señaló que está totalmente de acuerdo en cuanto a que un sistema de Gestión de ventas es importante para tomar decisiones.

Tabla 2

Cree que las empresas deben contar con un Sistema de Gestión de ventas

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	10	100%
De acuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente desacuerdo	0	0%
Total	10	100 %

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 100% señaló que está totalmente de acuerdo en cuanto a que las empresas deben contar con un Sistema de Gestión de ventas.

Tabla 3

Los empleados conocen lo que es un diagnóstico de Gestión

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	10	100%
Totalmente desacuerdo	0	0%
Total	10	100 %

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 100% señaló que está en desacuerdo en cuanto a que los empleados conocen lo que es un diagnóstico de Gestión.

Tabla 4

Considera que un Diagnóstico oportuno mejorara la Gestión de las ventas

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	10	100%
De acuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente desacuerdo	0	0%
Total	10	100 %

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 100% señaló que está totalmente de acuerdo en cuanto a que un Diagnóstico oportuno mejorara la Gestión de las ventas.

Tabla 5

Cuenta su empresa con estrategia de fuerza de ventas

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	10	100%
Totalmente desacuerdo	0	0%
Total	10	100 %

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 100% señaló que está en desacuerdo en cuanto a que la empresa cuenta con estrategias de fuerza de ventas.

Tabla 6

Se incurre en formación a la estrategia de fuerza de ventas

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	5	50%
Totalmente desacuerdo	5	50%
Total	10	100 %

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 50% señaló que está en desacuerdo en cuanto a que se incurre en formación a la estrategia de fuerza de ventas. El otro 50% mencionó que está totalmente desacuerdo sobre ello.

Tabla 7

Una estrategia de fuerza de ventas incrementará los ingresos de su negocio

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	10	100%
De acuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente desacuerdo		0%
Total	10	100 %

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 100% señaló que está totalmente de acuerdo en cuanto a que una estrategia de fuerza de ventas incrementará los ingresos de su negocio. Mientras que el otro 50% indicó que está de acuerdo con ello.

Tabla 8

Considera que las ventas al contado son las adecuadas para mejorar la estrategia de fuerza de ventas

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	5	50%
De acuerdo	5	50%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente desacuerdo	0	0%
Total	10	100 %

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 50% señaló que está totalmente de acuerdo en cuanto a que las ventas al contado son las adecuadas para mejorar la estrategia de fuerza de ventas. Mientras que el otro 50% indicó que está de acuerdo con ello.

Tabla 9

Considera que las ventas al crédito son las adecuadas para mejorar la estrategia de fuerza de ventas

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	5	50%
De acuerdo	5	50%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente desacuerdo	0	0%
Total	10	100 %

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 50% señaló que está totalmente de acuerdo en cuanto a que las ventas al crédito son las adecuadas para mejorar la estrategia de fuerza de ventas. Mientras que el otro 50% indicó que está de acuerdo con ello.

Tabla 10

La liquidez de su empresa se ve afectada por la deficiente gestión del área de ventas

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	5	50%
De acuerdo	5	50%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente desacuerdo	0	0%
Total	10	100 %

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 50% señaló que está totalmente de acuerdo en cuanto a que la liquidez de su empresa se ve afectada por la deficiente gestión del área de ventas. Mientras que el otro 50% indicó que está de acuerdo con ello.

Tabla 11

Considera que la liquidez incide en el buen estado de la empresa

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	5	50%
De acuerdo	5	50%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente desacuerdo	0	0%
Total	10	100 %

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 50% señaló que está totalmente de acuerdo en cuanto a que la liquidez incide en el buen estado de la empresa. Mientras que el otro 50% indicó que está de acuerdo con ello.

Tabla 12

Cree usted que la rentabilidad económica ayuda a medir de mejor forma la

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	5	50%
De acuerdo	5	50%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente desacuerdo	0	0%
Total	10	100 %

liquidez

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 50% señaló que está totalmente de acuerdo en cuanto a que la rentabilidad económica ayuda a medir de mejor forma la liquidez. Mientras que el otro 50% indicó que está de acuerdo con ello.

Tabla 13

Ha contado su negocio con liquidez en los últimos periodos

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	10	100%
Totalmente desacuerdo		
Total	10	100 %

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 100% señaló que está totalmente desacuerdo en cuanto a que ha contado el negocio con liquidez en los últimos periodos.

Tabla 14

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	10	100%
Totalmente desacuerdo		
Total	10	100 %

Se aplican métodos para controlar los ingresos del efectivo diariamente

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 100% señaló que está totalmente desacuerdo en cuanto a que se aplican métodos para controlar los ingresos del efectivo diariamente.

Tabla 15

Se aplican métodos para controlar los gastos del efectivo diariamente

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	10	100%
Totalmente desacuerdo		
Total	10	100 %

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 100% señaló que está totalmente desacuerdo en cuanto a que se aplican métodos para controlar los gastos del efectivo diariamente.

Tabla 16

La empresa dispone constantemente de dinero en caja y bancos para cubrir sus operaciones diarias

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	2	20%
Totalmente desacuerdo	8	80%
Total	10	100 %

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 20% señaló que está en desacuerdo en cuanto a que la empresa dispone constantemente de dinero en caja y bancos para cubrir sus operaciones diarias. Mientras que el 80% indicó que está totalmente desacuerdo sobre ello.

Tabla 17

El pago de los impuestos se ve afectado por la falta de liquidez

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	10	100%
De acuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente desacuerdo		0%
Total	10	100 %

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 100% señaló que está totalmente de acuerdo en cuanto a que el pago de los impuestos se ve afectado por la falta de liquidez.

Tabla 18

La empresa realiza pagos anticipados a sus proveedores

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	2	20%
Totalmente desacuerdo	8	80%
Total	10	100 %

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 20% señaló que está en desacuerdo en cuanto a que la empresa realiza pagos anticipados a sus proveedores. Mientras que el 80% indicó que está totalmente desacuerdo sobre ello.

Tabla 19

Se cumple con el pago puntual a los trabajadores

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	5	50%
En desacuerdo	2	20%
Totalmente desacuerdo	3	30%
Total	10	100 %

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 50% mencionó que no está ni de acuerdo ni desacuerdo en cuanto a que. El 20% señaló que está en desacuerdo sobre eso. Y el otro 30% indicó que está totalmente desacuerdo con esto.

4. Análisis y discusión

- De acuerdo con el objetivo general, el nivel de aplicación de la gestión de ventas incide significativamente en la liquidez de la empresa Vidriería Lutgardo, de la provincia de Huacho, el año 2020. Esto se evidencia en la Tabla 1, en la que el 100% señaló que está totalmente desacuerdo en cuanto a que es aplicada correctamente la Gestión de ventas en la empresa. Y en la Tabla 11, en la que el 50% señaló que está totalmente de acuerdo en cuanto a que la liquidez de su empresa se ve afectada por la deficiente gestión del área de ventas. Mientras que el otro 50% indicó que está de acuerdo con ello.

Sobre esto, los autores Álvarez y García (2019), en su investigación concluyen que una gestión de ventas eficiente puede mejorar de manera notable la liquidez de las empresas. En el caso particular de su estudio, la conclusión de la investigación señala que la liquidez se encuentra en nivel bajo existiendo diversas cuentas por pagar la cual obliga a la empresa a solicitar préstamos financieros para cumplir con sus obligaciones.

En efecto, contar con una gestión de ventas es necesario para lograr obtener una mayor liquidez en las empresas. Esta debe ser tomada y aceptada por cada trabajador y tratar en lo posible de esforzarse en esas actividades.

- De acuerdo con el objetivo específico 1, la aplicación de la gestión de ventas no es adecuada. Esto se evidencia en la Tabla 6, en la que el 100% señaló que está en desacuerdo en cuanto a que la empresa cuenta con estrategias de fuerza de ventas. Y en la Tabla 7, en la que el 50% señaló que está en desacuerdo en cuanto a que se incurre en formación a la estrategia de fuerza de ventas. El otro 50% mencionó que está totalmente desacuerdo sobre ello.

Sobre esto, el autor Cardona (2020), analiza la gestión de ventas en la empresa El Manantial. Explica la importancia de contar una gestión de ventas que permita generar mayores ingresos, una que contribuya con una planificación que detalla objetivos y metas, también un programa de acciones específicas

para esta área. Asimismo, señala que una mejora en la gestión de ventas puede elevar la liquidez y rentabilidad.

De esta manera, se detalla la importancia que tiene la gestión de ventas en las empresas, puesto que van a potenciar la generación de ingresos y de valor agregado.

- De acuerdo con el objetivo específico 2, la empresa no cuenta con un nivel de liquidez que le permita aprovechar todos sus recursos. Esto se evidencia en la Tabla 14, en la que el 100% señaló que está totalmente desacuerdo en cuanto a que ha contado el negocio con liquidez en los últimos periodos. Y en la Tabla 17, en la que el 20% señaló que está en desacuerdo en cuanto a que la empresa dispone constantemente de dinero en caja y bancos para cubrir sus operaciones diarias. Mientras que el 80% indicó que está totalmente desacuerdo sobre ello.

Sobre esto, los autores Montoya y Navarro (2018) detallan la importancia de la liquidez en las microempresas de Guayaquil. Esta liquidez es generada de acuerdo a la gestión de ventas que ellos apliquen. Como resultado principal se encontró que el 46% de los encuestados sostuvo que el principal obstáculo para iniciar un negocio es la falta de financiamiento. Por lo tanto, se concluye que las empresas deben solicitar préstamos en entidades formales con la finalidad de mejorar o iniciar sus negocios.

Por lo expuesto, se denota que la liquidez es la que va a permitir a la empresa crecer y afrontar gastos futuros necesarios y obligatorios, por lo que si una firma no consigue tener un volumen alto de esta, se debe prestar mayor atención a la generación de ingresos.

- De acuerdo con el objetivo específico 3, las herramientas de gestión de ventas que se pueden proponer son de vital importancia para un mejor funcionamiento de la compañía. Esto se evidencia en la Tabla 4, El 100% señaló que está en desacuerdo en cuanto a que los empleados conocen lo que es un diagnóstico de Gestión. También en la Tabla 6, en la que el 100% señaló que está en desacuerdo en cuanto a que la empresa cuenta con estrategias de fuerza de

ventas. De igual forma en la Tabla 9, en la que el 50% señaló que está totalmente de acuerdo en cuanto a que las ventas al contado son las adecuadas para mejorar la estrategia de fuerza de ventas. Mientras que el otro 50% indicó que está de acuerdo con ello. Y en la Tabla 10, en la que el 50% señaló que está totalmente de acuerdo en cuanto a que las ventas al crédito son las adecuadas para mejorar la estrategia de fuerza de ventas. Mientras que el otro 50% indicó que está de acuerdo con ello.

Sobre esto, Vanegas (2018), menciona justamente una serie de estrategias de gestión de ventas que las empresas debería aplicar. Por un lado, contar con personal capacitado para la gestión de la cartera, lo cual conduce a que haya un bajo índice de clientes morosos. También, señala que es importante contar con una estrategia de fuerza de ventas que incluya las ventas al crédito, al contado y realizar un diagnóstico de gestión de ventas periódicamente.

De este modo, las herramientas serían: aplicar estrategias de fuerza de ventas y capacitar al personal para que conozcan lo que es un diagnóstico y como aplica la gestión de ventas de manera óptima.

5. Conclusiones

- De acuerdo con el objetivo general, se concluye que el nivel de aplicación de la gestión de ventas incide significativamente en la liquidez de la empresa Vidriería Lutgardo, de la provincia de Huacho, el año 2020. Esto se evidencia en la Tabla 1, en la que el 100% señaló que está totalmente desacuerdo en cuanto a que es aplicada correctamente la Gestión de ventas en la empresa. Y en la Tabla 11, en la que el 50% señaló que está totalmente de acuerdo en cuanto a que la liquidez de su empresa se ve afectada por la deficiente gestión del área de ventas. Mientras que el otro 50% indicó que está de acuerdo con ello.

- De acuerdo con el objetivo específico 1, se concluye que la aplicación de la gestión de ventas no es adecuada. Esto se evidencia en la Tabla 6, en la que el 100% señaló que está en desacuerdo en cuanto a que la empresa cuenta con estrategias de fuerza de ventas. Y en la Tabla 7, en la que el 50% señaló que está en desacuerdo en cuanto a que se incurre en formación a la estrategia de fuerza de ventas. El otro 50% mencionó que está totalmente desacuerdo sobre ello.

- De acuerdo con el objetivo específico 2, se concluye que la empresa no cuenta con un nivel de liquidez que le permita aprovechar todos sus recursos. Esto se evidencia en la Tabla 14, en la que el 100% señaló que está totalmente desacuerdo en cuanto a que ha contado el negocio con liquidez en los últimos periodos. Y en la Tabla 17, en la que el 20% señaló que está en desacuerdo en cuanto a que la empresa dispone constantemente de dinero en caja y bancos para cubrir sus operaciones diarias. Mientras que el 80% indicó que está totalmente desacuerdo sobre ello.

- De acuerdo con el objetivo específico 3, se concluye que las herramientas de gestión de ventas que se pueden proponer son de vital importancia para un mejor funcionamiento de la compañía. Esto se evidencia en la Tabla 4, El 100% señaló que está en desacuerdo en cuanto a que los empleados conocen lo que es un diagnóstico de Gestión. También en la Tabla 6, en la que el 100% señaló

que está en desacuerdo en cuanto a que la empresa cuenta con estrategias de fuerza de ventas. De igual forma en la Tabla 9, en la que el 50% señaló que está totalmente de acuerdo en cuanto a que las ventas al contado son las adecuadas para mejorar la estrategia de fuerza de ventas. Mientras que el otro 50% indicó que está de acuerdo con ello. Y en la Tabla 10, en la que el 50% señaló que está totalmente de acuerdo en cuanto a que las ventas al crédito son las adecuadas para mejorar la estrategia de fuerza de ventas. Mientras que el otro 50% indicó que está de acuerdo con ello.

6. Recomendaciones

- Se recomienda mejorar e impulsar la gestión de ventas de la empresa a partir del conocimiento y dedicación de cada uno de los trabajadores que se sientan responsable y comprometidos con la compañía. Se debe tener en cuenta la contratación de un gerente de ventas, ya que es la persona que se encargará de formar el equipo, definir el proceso de ventas y generar informes. También, se encargará de lo siguiente: Motiva y asesora al equipo. Crea planes de ventas y flujos de trabajo.

- Se recomienda que, a través de mejorar la gestión de ventas, el siguiente punto en el que se deberían detener a mejorar es la liquidez, la cual es importante para potenciar la generación de ingresos y de valor agregado. Será necesario establecer un control sobre las cuentas a pagar y cobrar. Además, se necesitará una contabilidad diaria bien organizada y prever de forma correcta los movimientos de tesorería.

- Se recomienda aplicar una serie de herramientas para mejorar la gestión de ventas y liquidez. En primer lugar, capacitar al personal a través de charlas y manejo de ventas en campo, para que así practiquen y les sea más fácil al momento de desenvolverse en una situación real. Además, es necesario aplicar estrategias de fuerza de ventas, tales como las ventas al crédito, al contado y realizar un diagnóstico de gestión de ventas periódicamente.

Referencias bibliográficas

- Acuña, M. (2014). *Estrategias para incrementar las ventas, capacidad de endeudamiento y su efecto en la liquidez en las empresas del sector automotriz en el distrito de Comas en el periodo 2014*. Universidad Cesar Vallejo. Recuperado de: Repositorio de UCV.
- Aguilar, A. (2019). *Estrategias para incrementar las ventas y su incidencia en la liquidez de la empresa contratista corporación petrolera S.A.C. año 2017*. (Tesis para optar el título de contador público, Universidad de Guayaquil, Ecuador). Obtenido de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/51797/1/TESIS%20ARTURO%20CUENTAS%20POR%20COBRAR%202020.pdf>
- Aguilar, C. (2018). *Estrategias para incrementar las ventas y su incidencia en la liquidez de la empresa Contratista Corporación Petrolera S.A.C. año 2017*. Universidad San Martín de Porres. Recuperado de: Repositorio de la USMP.
- Álvarez, H. & García, V. (2019). *La mejora de la gestión de las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa Gafumex E.I.R.L., 2018* (Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte). Recuperado de: <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/21826>
- Banda J. (2016) *Definición de Liquidez*. Recuperado de <https://www.economiasimple.net/glosario/liquidez> [Consultado: 28 de Diciembre del 2019]
- Carbajal, R. & Mora, O. (2020). *Gestión de las Cuentas por cobrar y su Incidencia en la Liquidez de la Empresa Maserclisa S.A.* (Tesis para Optar el título de contador público, Universidad de Guayaquil, Ecuador). Obtenido de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/51829/1/TESIS%20FINAL%20%2835%29.pdf>

- Cardona, D. (2020). *Administración de ventas en la empresa El Manantial* (Tesis de Pregrado). Universidad Rafael Landívar, Huehuetenango, Guatemala.
- Castillo y Estrada (2016). *Estrategias para incrementar las ventas y su influencia en la decisión de compra de los clientes de Plaza Vea del distrito de Huacho-2016*. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Recuperado de: Repositorio de UNJFSC.
- Delgado, A. (2014). *Estrategias para incrementar las ventas, el factoring y su incidencia en la liquidez de las Mype's comerciales del distrito de Independencia, año 2014*. Universidad Cesar Vallejo. Recuperado de: Repositorio de la UCV.
- Destino Negocio (s.f.). *Cuatro pasos para una gestión de ventas más productiva*. Recuperado de <https://destinonegocio.com/pe/economia-pe/4-pasos-para-una-gestion-de-ventas-mas-productiva/> [Consultado: 06 de Febrero del 2020].
- Gestión de ventas (s.f.). *¿Qué es y cómo la puedes mejorar?* Recuperado de <https://www.gestionar-facil.com/gestion-de-ventas/> [Consultado: 10 de Noviembre del 2019].
- Gregory, S. (2018). *Importancia de la gestión de ventas*. Recuperado de <https://www.cuidatudinero.com/13128479/importancia-de-la-gestion-de-ventas> [Consultado: 12 de Noviembre del 2019]
- Hidalgo, S. (2015). *Estrategias para incrementar las ventas el proceso de cobranzas para un mejor manejo de la liquidez de la empresa distribuidora Pintel S.A.C*. Universidad Privada del Norte. Recuperado de: Repositorio de UPN.
- León, J., & Corozo, D. (2019). *Mejora al proceso de gestión comercial en la empresa FOMENTCORP S.A*. Guayaquil, Ecuador.

- Luna, N. (2018). *Liquidez financiera: ¿qué es y por qué es importante?* Recuperado de <https://www.entrepreneur.com/article/307396> [Consultado: 15 de Diciembre del 2019]
- Robles, O. (2014). *Estrategias para incrementar las ventas a largo plazo de una empresa transporte terrestre de pasajeros Zbuss periodo 2013 al 2014*. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Recuperado de: Repositorio de UNJFSC.
- Rojas Z. (2018). *La gestión de ventas y rentabilidad*. Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Recuperado de <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/2597?show=full>
- Sevilla A. (2015.). *Liquidez: Haciendo fácil la economía*. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/liquidez.html> [Consultado: 07 de Enero del 2020]
- Sevilla, A. (2015). Liquidez, (Economipedia.com). Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/liquidez.html>
- Soto, L. (2017). Tesis titulada: Control de cuentas por cobrar y su relación con la liquidez de las empresas comerciales, distrito San Juan de Lurigancho, 2017. Tesis para obtener el título profesional de contador público. Universidad Cesar Vallejo. Lima – Perú. Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/17159/Soto_MLI.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Torres, E. (2015). *Estrategias para incrementar las ventas de los usuarios de la empresa de transporte San Martín de Porres por su calidad de atención en el periodo 2015*. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Recuperado de: Repositorio de UNJFSC.

Anexos

ANEXOS:
ANEXO N°01: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Ítem	Escala de medición
Variable Independiente Gestión de ventas	Es el proceso de determinar las necesidades y los deseos de una persona o empresa y presentarle un producto o un servicio, de tal forma que la persona se sienta motivada a tomar una decisión de compra favorable. (Jobber & Lancaster, 2012)	Es la evaluación conjunta del total de las unidades vendidas en las compañías de los diferentes rubros en los que se encuentran trabajando. Es una forma de garantizar que se maximicen las ventas y, por consiguiente, que las utilidades sean mayores. Para esto, se necesita organizar un plan estratégico de ventas, en el que primen un sistema para ello, que se realice un diagnóstico de cómo está yendo la gestión y analizar las estrategias de la fuerza de ventas que se realicen y se puedan realizar.	Estrategias de fuerza de ventas	Sistema de gestión de ventas	1	Escala ordinal
					2	
					3	
				Diagnóstico de gestión	4	
					5	
				Incentivos	6	
					Formación	
				8		
				Ventas al contado	9	
				Ventas al crédito	10	
Variable Dependiente	La liquidez representa la cualidad de los activos para ser	La liquidez es la facilidad que tiene los activos de ser convertidos en efectivo en	Rentabilidad económica	Liquidez y empresa	11	Escala ordinal

Liquidez	convertidos en dinero efectivo de forma inmediata sin pérdida significativa de su valor. De tal manera que cuanto más fácil es convertir un activo en dinero se dice que es más líquido. (Banda, 2016)	un lapso corto, cuidando su precio real o sin cambiar en gran medida el precio de dicho activo cuando se lleva a cabo este proceso.			12	
				Solvencia económica	13	
					14	
			Capacidad de pago	Ingresos	15	
				Gastos	16	
				Dinero	17	
			Compromisos a corto plazo	Impuestos	18	
				Proveedores	19	
				Remuneraciones	20	

ANEXO N°02: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: “Gestión de ventas y su incidencia en la liquidez de la empresa Vidriería Lutgardo en el distrito de Huacho, 2020”.

Problema	Variables	Objetivos	Hipótesis	Metodología
<p>¿De qué manera incide la gestión de ventas en la liquidez de la empresa Vidriería Lutgardo, Huacho 2020?</p>	<p>Gestión de ventas</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar el nivel de aplicación de la gestión de ventas y su incidencia en la liquidez de la empresa Vidriería Lutgardo, de la provincia de Huacho, el año 2020.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar el nivel de aplicación de la gestión de ventas de la empresa Vidriería Lutgardo, de la provincia de Huacho, el año 2020. 	<p>La gestión de ventas incide significativamente en la liquidez de la empresa Vidriería Lutgardo, Huacho, 2020.</p>	<p>Tipo y Diseño de Investigación</p> <p>Tipo: Descriptiva</p> <p>Diseño:</p> <p>No Experimental, de corte transversal.</p> <p>Población:</p> <p>La población muestral estará constituida por la Vidriería Lutgardo, la cual cuenta con 10 trabajadores en total, que se divide en 9 empleados y el gerente de esta (1), siendo un total de 10.</p> <p>Técnica</p> <ul style="list-style-type: none"> • Encuesta <p>Instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario
	<p>Liquidez</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar la liquidez de la empresa Vidriería Lutgardo, de la provincia de Huacho, el año 2020. • Proponer nuevas herramientas de gestión de ventas que impacten eficientemente en la liquidez de la empresa Vidriería Lutgardo, de la provincia de Huacho, el año 2020. 		

ANEXO N°03: CUESTIONARIO

“LA GESTIÓN DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN LA LIQUIDEZ DE LA VIDRIERIA LUTGARDO, HUACHO, 2020”

Estimado colaborador:

A continuación, se le presenta un cuestionario compuesto por 18 preguntas, las cuales tratan acerca de la gestión de ventas y la liquidez de la Vidriería Lutgado en la que laboran actualmente. Agradeceré mucho se tomen su tiempo en responder todas las preguntas de acuerdo con la escala de medición que considere pertinente.

Escala de medición:

1. Totalmente de acuerdo
2. En desacuerdo
3. Indiferente
4. En desacuerdo
5. Totalmente en desacuerdo

1. ¿Considera que es aplicada correctamente la Gestión de ventas en la empresa?

- () Totalmente de acuerdo
- () En acuerdo
- () Indiferente
- () En desacuerdo
- () Totalmente en desacuerdo

2. ¿Cree que un sistema de Gestión de ventas es importante para tomar decisiones?

- () Totalmente de acuerdo
- () En acuerdo
- () Indiferente
- () En desacuerdo
- () Totalmente en desacuerdo

3. ¿Cree que las empresas deben contar con un Sistema de Gestión de ventas?

- () Totalmente de acuerdo
- () En acuerdo

- () Indiferente
- () En desacuerdo
- () Totalmente en desacuerdo

4. ¿ Los empleados conocen lo que es un diagnóstico de Gestión?

- () Totalmente de acuerdo
- () En acuerdo
- () Indiferente
- () En desacuerdo
- () Totalmente en desacuerdo

5. ¿Considera que un Diagnóstico oportuno mejorara la Gestión de las ventas?

- () Totalmente de acuerdo
- () En acuerdo
- () Indiferente
- () En desacuerdo
- () Totalmente en desacuerdo

6. ¿Cuenta su empresa con estrategia de fuerza de ventas?

- () Totalmente de acuerdo
- () En acuerdo
- () Indiferente
- () En desacuerdo
- () Totalmente en desacuerdo

7. ¿Se incurre en formación a la estrategia de fuerza de ventas?

- () Totalmente de acuerdo
- () En acuerdo
- () Indiferente
- () En desacuerdo

() Totalmente en desacuerdo

8. ¿Una estrategia de fuerza de ventas incrementará los ingresos de su negocio?

() Totalmente de acuerdo

() En acuerdo

() Indiferente

() En desacuerdo

() Totalmente en desacuerdo

9. ¿Considera que las ventas al contado son las adecuadas para mejorar la estrategia de fuerza de ventas?

() Totalmente de acuerdo

() En acuerdo

() Indiferente

() En desacuerdo

() Totalmente en desacuerdo

10. ¿Considera que las ventas al crédito son las adecuadas para mejorar la estrategia de fuerza de ventas?

() Totalmente de acuerdo

() En acuerdo

() Indiferente

() En desacuerdo

() Totalmente en desacuerdo

11. ¿La liquidez de su empresa se ve afectada por la deficiente gestión del área de ventas?

() Totalmente de acuerdo

() En acuerdo

() Indiferente

- () En desacuerdo
- () Totalmente en desacuerdo

12. ¿Considera que la liquidez incide en el buen estado de la empresa?

- () Totalmente de acuerdo
- () En acuerdo
- () Indiferente
- () En desacuerdo
- () Totalmente en desacuerdo

13. ¿Cree usted que la rentabilidad económica ayuda a medir de mejor forma la liquidez?

- () Totalmente de acuerdo
- () En acuerdo
- () Indiferente
- () En desacuerdo
- () Totalmente en desacuerdo

14. ¿Ha contado su negocio con liquidez en los últimos periodos?

- () Totalmente de acuerdo
- () En acuerdo
- () Indiferente
- () En desacuerdo
- () Totalmente en desacuerdo

15. ¿Se aplican métodos para controlar los ingresos del efectivo diariamente?

- () Totalmente de acuerdo
- () En acuerdo
- () Indiferente
- () En desacuerdo

() Totalmente en desacuerdo

16. ¿Se aplican métodos para controlar los gastos del efectivo diariamente?

() Totalmente de acuerdo

() En acuerdo

() Indiferente

() En desacuerdo

() Totalmente en desacuerdo

17. ¿La empresa dispone constantemente de dinero en caja y bancos para cubrir sus operaciones diarias?

() Totalmente de acuerdo

() En acuerdo

() Indiferente

() En desacuerdo

() Totalmente en desacuerdo

18. ¿El pago de los impuestos se ve afectado por la falta de liquidez?

() Totalmente de acuerdo

() En acuerdo

() Indiferente

() En desacuerdo

() Totalmente en desacuerdo

19. ¿La empresa realiza pagos anticipados a sus proveedores?

() Totalmente de acuerdo

() En acuerdo

() Indiferente

() En desacuerdo

() Totalmente en desacuerdo

20. ¿Se cumple con el pago puntual a los trabajadores?

- () Totalmente de acuerdo
- () En acuerdo
- () Indiferente
- () En desacuerdo
- () Totalmente en desacuerdo

REPOSITORIO



USP

UNIVERSIDAD SAN PEDRO

REPOSITORIO INSTITUCIONAL DIGITAL

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE DOCUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1. Información del Autor			
Dino Parora Zully MAGALLY	44 05 5638	Zmlp24@hotmail.com	
Apellidos y nombres	(04)	Correo Electrónico	
2. Tipo de Documento de Investigación			
<input checked="" type="checkbox"/> Tesis <input type="checkbox"/> Trabajo de Graduación Profesional <input type="checkbox"/> Trabajo Académico <input type="checkbox"/> Trabajo de Investigación			
3. Grado Académico o Título Profesional ¹			
Doctor <input type="checkbox"/> Título Profesional <input checked="" type="checkbox"/> Título Segundo Especialidad <input type="checkbox"/> Maestría <input type="checkbox"/> Licenciado <input type="checkbox"/>			
4. Título del Documento de Investigación			
<h3 style="margin: 0;">Gestión de ventas y su incidencia en la liquidez de la Vidriería Lutgado, Huacho, 2020</h3>			
5. Programa Académico			
Contabilidad			
6. Tipo de Acceso al Documento			
<input checked="" type="checkbox"/> Acceso Público (https://repositorio.usp.edu.pe/handle/2015121212)		<input type="checkbox"/> Acceso restringido (https://repositorio.usp.edu.pe/handle/2015121212/12345)	
<input type="checkbox"/> En caso de restringido, justificar motivo:			

A. Originalidad del Archivo Digital

Por el presente declaro constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado Evaluador y forma parte del proceso que conduce a obtener el grado académico o título profesional.

B. Otorgamiento de una licencia CREATIVE COMMONS ²

El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Institucional Digital, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento. ³

Lugar	Mes	Día	Año
Chimbote	05	10	2023





Firma

Referencias

1. Página Web de la Comisión Interuniversitaria de Investigación Científica del Distrito de San José de Tarma, en la página: <http://www.usp.edu.pe>
2. Ley N° 27302, Ley que aprueba el Reglamento de Acceso al Repositorio Institucional Digital de la Universidad de San Pedro de Huacapistán y D.S. 009.005-031
3. El Repositorio Institucional Digital de la Universidad de San Pedro de Huacapistán es un repositorio digital que permite el acceso a los documentos de investigación de los investigadores de la Universidad de San Pedro de Huacapistán.
4. El presente formulario de autorización de publicación de documentos de investigación en el Repositorio Institucional Digital de la Universidad de San Pedro de Huacapistán es un documento de carácter informativo y no tiene efectos jurídicos.
5. La licencia Creative Commons (CC) es una licencia que permite a los autores de los documentos de investigación de la Universidad de San Pedro de Huacapistán, autorizar a la Universidad de San Pedro de Huacapistán, a publicar sus documentos de investigación en el Repositorio Institucional Digital de la Universidad de San Pedro de Huacapistán.
6. Página Web de la Comisión Interuniversitaria de Investigación Científica del Distrito de San José de Tarma, en la página: <http://www.usp.edu.pe>

USP - Repositorio Institucional Digital - Versión 1.0 - 2023

UNIVERSIDAD SAN PEDRO | Repositorio Institucional Digital

REPORTE DE SIMILITUD

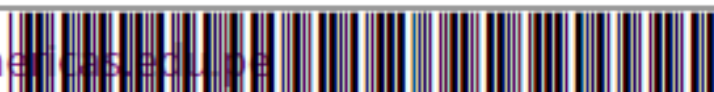
Gestión de ventas y su incidencia en la liquidez de la Vidriería Lutgado, Huacho, 2020

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.untels.edu.pe Fuente de Internet	6%
2	http://master-mestrado.com/ Fuente de Internet	3%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2%
4	virtual.urbe.edu Fuente de Internet	2%
5	www.gestionar-facil.com Fuente de Internet	1%
6	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
7	repositorio.autonoma.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	www.crehana.com Fuente de Internet	1%
9	repositorio.ulasamerica.edu.pe Fuente de Internet	



		1 %
10	core.ac.uk Fuente de Internet	1 %
11	www.dspace.unitru.edu.pe Fuente de Internet	1 %
12	repositorio.upd.edu.pe Fuente de Internet	1 %
13	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	1 %
14	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %
15	alicia.concytec.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
16	publicaciones.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
17	repositorio.uta.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
18	repositorio.uwiener.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
19	es.wikipedia.org Fuente de Internet	<1 %
20	docplayer.es Fuente de Internet	<1 %



21	Submitted to Corporación Universitaria Remington Trabajo del estudiante	<1%
22	Cuellar García Claudia Marisa,Lozano Mendiola Mariana,Gaytan Arredondo Adriana de de Luz. "Elaboracion de un programa para impartir la materia de seguridad e higiene industrial, como parte de la formacion academica del psicologo dentro de la UNAM", TESIUNAM, 1995 Publicación	<1%
23	Submitted to Universidad Peruana de Las Americas Trabajo del estudiante	<1%
24	dspace.esPOCH.edu.ec Fuente de Internet	<1%
25	repositorio.upagu.edu.pe Fuente de Internet	<1%
26	9ec09729-2563-4864-b7f9-9b863a871ac3.filesusr.com Fuente de Internet	<1%
27	Young-Seok Park. "Correlation between microtomography and histomorphometry for assessment of implant osseointegration", Clinical Oral Implants Research, 4/2005 Publicación	<1%



28	Fuente de Internet	<1 %
29	repositorio.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
30	www.chiletech.com Fuente de Internet	<1 %
31	dspace.unitru.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
32	Submitted to Universidad de Huanuco Trabajo del estudiante	<1 %
33	repositorio.utc.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
34	repository.unad.edu.co Fuente de Internet	<1 %
35	repositorio.urp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
36	repositorio.upla.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
37	prezi.com Fuente de Internet	<1 %
38	ojs.dpi.ulsu.mx Fuente de Internet	<1 %
39	repositorio.unid.edu.pe Fuente de Internet	<1 %



40	repositorio.upp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
41	Submitted to Universidad TecMilenio Trabajo del estudiante	<1 %
42	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
43	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
44	dspace.unl.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
45	repositorio.uigv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
46	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
47	www.semanticscholar.org Fuente de Internet	<1 %



Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 10 words

Excluir bibliografía

Activo