



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



**GESTIÓN DE VENTAS Y LIQUIDEZ OPERATIVA EN
LA SOCIEDAD MINERA ACUMULACIÓN LOS
ROSALES DE VILQUE, PUNO – 2024**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. WILMER YASMARY FLORES CANAZA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
CONTADOR PÚBLICO

JULIACA – PERÚ

2026



UNIVERSIDAD ANDINA

NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**GESTIÓN DE VENTAS Y LIQUIDEZ OPERATIVA EN
LA SOCIEDAD MINERA ACUMULACIÓN LOS
ROSALES DE VILQUE, PUNO – 2024**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. WILMER YASMARY FLORES CANAZA

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

APROBADA POR EL JURADO REVISOR:

PRESIDENTE

:


Dr. HILARIO CONDORI MAMANI

PRIMER MIEMBRO

:


CPCC. NHELIO NATALIO ONOFRE MAMANI

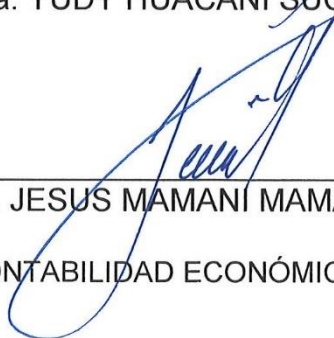
SEGUNDO MIEMBRO

:


Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

ASESOR DE TESIS

:


Dr. JESUS MAMANI MAMANI

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

CONTABILIDAD ECONÓMICA - P15

**RESOLUCIÓN N° 016-2026-D-FCCF-UANCV-J**

Juliaca, 7 de enero 2026

VISTOS: El Oficio No 001-2026-DUI-FCCF-UANCV de fecha 6 de enero del 2026, emitido por la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, y el Expediente N° CU – 9578 presentado por el (la) Bachiller: **FLORES CANAZA WILMER YASMARY** quien solicita nominación de jurados, fecha y hora de sustentación para rendir el examen de sustentación y defensa de la tesis titulada: **GESTIÓN DE VENTAS Y LIQUIDEZ OPERATIVA EN LA SOCIEDAD MINERA ACUMULACIÓN LOS ROSALES DE VILQUE. PUNO - 2024** para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, que fue revisada por el Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras,

CONSIDERANDO:

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

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

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

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: DECLARAR APTO para la sustentación presencial del informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) el (la) bachiller: **FLORES CANAZA WILMER YASMARY**, sorteo de jurado de la Tesis titulada: **GESTIÓN DE VENTAS Y LIQUIDEZ OPERATIVA EN LA SOCIEDAD MINERA ACUMULACIÓN LOS ROSALES DE VILQUE. PUNO - 2024** para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, en virtud de los considerandos expuestos.

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

Presidente : DR. HILARIO CONDORI MAMANI
1er Miembro : CPCC. NHELIO NATALIO ONOFRE MAMANI
2do Miembro : Dra. YUDY HUACANI SUCASACA
Asesor : Dr. JESUS MAMANI MAMANI

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

Lugar : Salón de Grados de la FCCF
Fecha : LUNES 12 de enero del 2026
Hora : 8:30 A.M

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

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

DISTRIBUCIÓN:

- Jurados (3)
- Interesados (1)2
- Archivo (1)

UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"Dr. Hilario Condori Mamani
Decano de la Facultad de Cs.
Contables y Financieras



RESOLUCIÓN N° 600 - 2025-DUI-FCCF-UANCV-J

Juliaca, 22 de octubre del 2025

Visto: el Expediente N° 2025-CU-10291 de fecha 21 de octubre del 2025, del Bach. FLORES CANAZA WILMER YASMARY, quien solicita Revisión de Informe Final de la Investigación (Borrador de Tesis) y el Anexo (04 o 05) "Ficha de Opinión del Informe Final de la Investigación" que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de **CONTABILIDAD**.

CONSIDERANDO:

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

Que, el (la) Bach. FLORES CANAZA WILMER YASMARY, quien solicita la revisión y aprobación de la propuesta de Investigación titulado: **GESTIÓN DE VENTAS Y LIQUIDEZ OPERATIVA EN LA SOCIEDAD MINERA ACUMULACIÓN LOS ROSALES DE VILQUE, PUNO - 2024**, asimismo fue aprobado para su ejecución de informe final (borrador de tesis) con **RESOLUCIÓN N° 107-2025-DUI-FCCF-UANCV-J**, conducente para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, y

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

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

Que, el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, corroboro la propuesta del (a) **ASESOR (a) Dr. JESUS MAMANI MAMANI**, quien debe estar acreditado y facultado para orientar y ayudar al asesorado en el proceso de elaboración del trabajo de investigación (Tesis) y,

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

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: APROBAR Y AUTORIZAR EL INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN (BORRADOR DE TESIS) para la **REVISIÓN DE SIMILITUD TURNITIN**, del tema: **GESTIÓN DE VENTAS Y LIQUIDEZ OPERATIVA EN LA SOCIEDAD MINERA ACUMULACIÓN LOS ROSALES DE VILQUE, PUNO - 2024**, presentado por el (la) Bachiller: **FLORES CANAZA WILMER YASMARY**, para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO: RATIFICAR como **ASESOR(a)** al: **Dr. JESUS MAMANI MAMANI**.

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

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

DISTRIBUCIÓN:

- Interesados (1)
- Archivo (1)

UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

Dra. Yidy Huacani Sacasaca
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE
INVESTIGACIÓN FCCF

**RESOLUCIÓN N° 107- 2025-DUI-FCCF-UANCV-J**

Juliaca, 26 de mayo del 2025

Visto: el Expediente N° 3263 de fecha 16 de mayo del 2025, el cual solicita Revisión de Propuesta de Investigación y el Anexo (02 o 03) "Ficha de Opinión de la Propuesta de Investigación" que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de Contabilidad.

CONSIDERANDO:

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

Que, el (la) Bach. FLORES CANAZA WILMER YASMARY, quien solicita la revisión y aprobación de la propuesta de Investigación titulado **GESTIÓN DE VENTAS Y LIQUIDEZ OPERATIVA EN LA SOCIEDAD MINERA ACUMULACIÓN LOS ROSALES DE VILQUE, PUNO - 2024**, la misma que pertenece a la línea de investigación: **ECONOMIA SECTORIAL-P15**, conducente para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, y

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

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

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

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

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: APROBAR Y AUTORIZAR LA EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN titulado **GESTIÓN DE VENTAS Y LIQUIDEZ OPERATIVA EN LA SOCIEDAD MINERA ACUMULACIÓN LOS ROSALES DE VILQUE, PUNO - 2024**, presentado por el (la) Bachiller. FLORES CANAZA WILMER YASMARY, en virtud de los considerados expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO: RECONOCER como ASESOR(a) al (a): **DR. JESUS MAMANI MAMANI**

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

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

DISTRIBUCIÓN:

- Interesados (1)
- Archivo (1)

UNIVERSIDAD ANDINA
"NESTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

Dra. Judy Huacari Sacasaca
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE
INVESTIGACIÓN FCCF



2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

20%

INDICE DE SIMILITUD

20%

FUENTES DE INTERNET

7%

PUBLICACIONES

8%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.uancv.edu.pe

Fuente de Internet

8%

2

www.coursehero.com

Fuente de Internet

2%

3

hdl.handle.net

Fuente de Internet

2%

4

repositorio.upt.edu.pe

Fuente de Internet

1%

5

repositorio.unjbg.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

6

Submitted to Universidad Autónoma de
Nuevo León

Trabajo del estudiante

<1%

7

dspace.unach.edu.ec

Fuente de Internet

<1%

8

repositorio.autonoma.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

9

Submitted to Universidad Tecnológica del
Peru

Trabajo del estudiante

<1%

10

repositorio.uct.edu.pe

Fuente de Internet

<1%



Metadatos Complementarios

GESTIÓN DE VENTAS Y LIQUIDEZ OPERATIVA EN LA SOCIEDAD MINERA ACUMULACIÓN LOS ROSALES DE VILQUE, PUNO – 2024	
Datos de autor	
Nombres y apellidos	WILMER YASMARY FLORES CANAZA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	71133612
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0008-2946-8551
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	JESUS MAMANI MAMANI
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	02425043
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0006-9857-8231
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	HILARIO CONDORI MAMANI
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02385723
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	NHELIO NATALIO ONOFRE MAMANI
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	01328058
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	YUDY HUACANI SUCASACA
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	40673820



Datos de investigación	
Línea de investigación	CONTABILIDAD ECONÓMICA - P15
Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento
Ubicación geográfica de la investigación	País: Perú Departamento: Puno Provincia: San Román Distrito: Juliaca Coordenadas: Latitud: -15.8106674 Longitud: -70.2814004 URL Maps:  https://www.google.com/maps/d/u/0/edit?mid=1DmgV3fs44dj63Bq31fslEM0iuxj9Jkc&usp=sharing
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Mayo 2025 – Enero 2026
URL de disciplinas OCDE https://concytec-pe.github.io/Peru-CRIS/vocabularios/ocde_ford.html - Librería	Ciencias sociales https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.00.00 Economía, Negocios https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.00

UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

Dr. Jesús Mamani Mamani
Director de la Unidad de Investigación FCCF



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo WILMER YASMARY FLORES CANAZA, identificado con DNI
Nro. 71133612, en mi condición de egresado de:

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

CONTABILIDAD

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

GESTIÓN DE VENTAS Y LIQUIDEZ OPERATIVA EN LA SOCIEDAD MINERA
ACUMULACIÓN LOS ROSALES DE VILQUE, PUNO – 2024

Asesorado por: Dr. JESUS MAMANI MAMANI

Es un tema original.

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

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

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

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

Juliaca 27 de ENERO del 2026

Firma del Asesor
(obligatoria)

Firma del Estudiante
(obligatoria)



Huella



DEDICATORIA

A mis padres, por su guía inquebrantable y el ejemplo que sostuvo cada etapa de mi formación; y a quienes me brindaron apoyo constante, cuya presencia fortaleció mi compromiso académico y posibilitó la culminación de este trabajo.



AGRADECIMIENTO

Expreso mi sincero reconocimiento a la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez, y de manera especial a la Escuela Profesional de Contabilidad, por brindarme una educación que fortaleció mi desarrollo personal.



INDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
INDICE GENERAL	iii
ÍNDICE DE TABLAS	vi
ÍNDICE DE FIGURAS	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUCCIÓN	x

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. Descripción del problema.....	1
1.2. Formulación del problema.....	3
1.2.1. Problema principal	3
1.2.2. Problemas específicos	4
1.3. Justificación.	4
1.3.1. Justificación Teórica	4
1.3.2. Justificación Práctica	4
1.3.3. Justificación Metodológica	5
1.4. Objetivos de la investigación	5
1.4.1. Objetivo general	5
1.4.2. Objetivos específicos.....	5
1.5. Hipótesis	5
1.5.1. Hipótesis general	5



1.5.2. Hipótesis específica.....	6
1.6. Importancia.....	6
1.7. Limitaciones.....	6
1.8. Operacionalización de variables.....	9

CAPÍTULO II

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

2.1. Antecedentes de la Investigación.....	11
2.2. Bases teóricas.....	17
2.2.1. Gestión de ventas.....	17
2.2.2. Liquidez operativa.....	19
2.3. Definición de términos.....	22

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Métodos de Investigación.....	25
3.2. Ámbito de investigación.....	25
3.3. Enfoque de la Investigación.....	25
3.4. Tipo de Investigación.....	26
3.5. Nivel de la investigación.....	26
3.6. Diseño de la Investigación.....	26
3.7. Población y Muestra.....	27
3.7.1. Población.....	27
3.7.2. Muestra.....	27
3.8. Técnicas e Instrumentos.....	27
3.8.1. Encuesta.....	27



3.8.2. Instrumento.....	27
3.9. Diseño de Contrastación de Hipótesis.....	28

CAPITULO IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis e interpretación de resultados	29
4.1.1. Dimensión: Planificación comercial.....	29
4.1.2. Dimensión: Estrategia de ventas.....	32
4.1.3. Dimensión: Flujo de caja.....	35
4.1.4. Dimensión: Obligaciones de pago.....	38
4.2. Prueba de hipótesis	41
4.2.1. Prueba de normalidad	41
4.2.2. De hipótesis general	42
4.2.3. De hipótesis específica 1.....	42
4.2.4. De hipótesis específica 2.....	43
4.3. Discusión de resultados	43
CONCLUSIONES.....	45
RECOMENDACIONES	46
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	47
Apéndices.....	51
Apéndice 1. Matriz de consistencia	52
Apéndice 2. Instrumentos.....	53
Apéndice 3. Validación de instrumentos	55
Apéndice 4. Tratamiento de datos.....	57



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de la variable: Gestión de ventas	9
Tabla 2 Operacionalización de la variable: Liquidez operativa.....	10
Tabla 3 Programación de ventas mensuales	29
Tabla 4 Metas de ventas	31
Tabla 5 Canales de ventas.....	32
Tabla 6 Política de precios	34
Tabla 7 Generación de ingresos	35
Tabla 8 Disponibilidad de efectivo.....	37
Tabla 9 Deuda de corto plazo	38
Tabla 10 Deuda de largo plazo	40
Tabla 11 Prueba de normalidad	41
Tabla 12 Pruebas hipótesis general	42
Tabla 13 Prueba de hipótesis específica 1.....	42
Tabla 14 Pruebas de hipótesis específica 2	43



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Programación de ventas mensuales	30
Figura 2 Nivel de endeudamiento.....	31
Figura 3 Canales de ventas.....	33
Figura 4 Política de precios	34
Figura 5 Generación de ingresos	36
Figura 6 Margen neto	37
Figura 7 Deuda de corto plazo	39
Figura 8 Deuda de largo plazo	40



RESUMEN

La investigación, con título "Gestión de ventas y liquidez operativa en la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, Puno – 2024", con objetivo general en determinar la relación entre la gestión de ventas y la liquidez operativa en la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, Puno – 2024. El estudio ha trabajado con un enfoque cuantitativo, desarrollando una investigación aplicada con un nivel correlacional. Se ha utilizado el diseño transeccional no experimental y con un método inductivo - deductivo. Realizándose una encuesta como técnica, y el cuestionario ha servido de instrumento. El estudio consideró una población y para una muestra de 27 trabajadores. De acuerdo a los resultados de R de Pearson es de 0.735, la gestión de ventas se relaciona de manera positiva alta con la liquidez operativa en la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, esto indica que si la gestión de ventas es responsable la liquidez operativa será garantizada, según lo plasmado con la prueba de Pearson el valor de p es 0.000 debajo de 0.05, que valida la hipótesis alterna (H_a), por ello la gestión de ventas se relaciona directamente con la liquidez operativa en la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, Puno – 2024.

Palabras clave: Gestión de ventas, liquidez operativa, Flujo de caja, Obligaciones de pago.



ABSTRACT

The research, entitled "Sales Management and Operating Liquidity at Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, Puno – 2024," had the overall objective of determining the relationship between sales management and operating liquidity at Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, Puno – 2024. The study took a quantitative approach, developing applied research with a correlational level. A non-experimental cross-sectional design was used, with an inductive-deductive method. A survey was conducted as a technique, and the questionnaire served as the instrument. The study considered a population and a sample of 27 workers. According to Pearson's R results of 0.735, sales management is highly positively related to operating liquidity at Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque. This indicates that if sales management is responsible, operating liquidity will be guaranteed, as shown by Pearson's test, where the p-value is 0.000 below 0.05, which validates the alternative hypothesis (H_a). Therefore, sales management is directly related to operating liquidity at Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, Puno – 2024.

Keywords: Sales management, operating liquidity, cash flow, payment obligations.



INTRODUCCIÓN

Las empresas mineras se están enfrentando a dificultades de mantener la liquidez operativa en la situación actual de la economía nacional. Se trata de una necesidad básica para tener una sostenibilidad financiera y poder cumplir con las obligaciones asumidas por la empresa. Es necesario que una organización maneje responsablemente la gestión de ventas para mantener su liquidez, que puede definirse como la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones inmediatas. Esto es especialmente cierto en los sectores extractivos, donde los ciclos de producción y comercialización son muy variables.

Se ha observado una dinámica comercial en el caso de la Sociedad Minera Acumulación Los Rosales de Vilque, situada en la región de Puno. Esta acción se caracteriza por la falta de planificación constante en la proyección de sus ventas, que afecta a la falta de liquidez por un mal manejo financiero. La incapacidad de generar canales de comercialización, y no tener una buena estructura de precios que pueda adecuarse a los cambios del mercado, puede estar limitando la capacidad de la empresa para generar los recursos adecuados que garanticen el buen funcionamiento de sus operaciones. Como consecuencia de esta circunstancia, existe la posibilidad de que se produzcan retrasos en los pagos a los proveedores, en las obligaciones laborales y en otras responsabilidades, lo que pondrá en riesgo la estabilidad de la organización.

Por consiguiente, el objetivo de esta investigación es estudiar la relación entre la gestión de ventas y la liquidez operativa en esta empresa minera a lo largo del año 2024. El objetivo es determinar en qué medida las prácticas



comerciales actuales de la empresa influyen en su capacidad para mantener un flujo de caja equilibrado. El objetivo es evaluar variables operativas concretas y generar relaciones estadísticamente significativas que impulsen la mejora de la gestión financiera. Esto se llevará a cabo desde un punto de vista empírico-analítico y mediante la aplicación de una técnica correlacional cuantitativa.

Las siguientes secciones consistirán en lo siguiente: el desarrollo del marco conceptual relativo a la morosidad fiscal y la liquidez financiera; la presentación de la metodología utilizada en el estudio; un análisis de los resultados obtenidos; y, por último, conclusiones y recomendaciones para la administración en el entorno estudiado.



CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. Descripción del problema

A nivel internacional, la industria minera ha demostrado que una gestión ineficaz de las ventas tiene una influencia directa en la liquidez operativa. Esto se debe a la gran dependencia de la industria de los mercados mundiales, la volatilidad de los precios de los metales y la complejidad logística de la comercialización. En este contexto, es imprescindible adoptar un enfoque estratégico para la planificación, ejecución y control de las ventas con el fin de garantizar y mantener flujos de ingresos constantes y sostenibles. Al respecto, Ramírez & Guzmán (2020)) En la producción minera, se manifiesta que la acción coordinada entre la producción, las ventas y cobranza ayuda a mejorar la disponibilidad de efectivo y a reducir los riesgos financieros a corto plazo. Esto es especialmente relevante para la industria minera. Asimismo, según Chiavenato (2017), La gestión de las operaciones comerciales debe complementarse con la administración financiera con el objetivo de mantener la liquidez operativa. Lo cual hace necesario que la industria minera mantenga el ciclo económico, lo cual es importante en entornos propensos a la volatilidad. Ante la falta de un sistema de ventas bien estructurado, muchas



empresas mineras se ven obligadas a buscar otras formas de contar con liquidez, lo que limita su capacidad para funcionar y abrirse en mercados altamente competitivos.

La minería es uno de los principales motores económicos de Perú; sin embargo, muchas empresas del sector minero tienen dificultades para mantener una liquidez operativa adecuada debido a deficiencias en la gestión de sus ventas. Hay muchas empresas en el sector minero. En varias localidades mineras peruanas, se observa una falta de planificación comercial adecuada, una falta de diversidad de mercados y retrasos en el cobro, lo que contribuye a ejercer presión sobre el capital circulante y socava el cumplimiento oportuno de los compromisos operativos. Según Valdivia & Morales (2019), En lo que respecta a la industria minera, una gestión adecuada de las ventas debe centrarse en mantener flujos de ingresos constantes que puedan sostener el ciclo financiero de las operaciones. Esto es especialmente importante si se tiene en cuenta la influencia de los cambios en los precios de los minerales. Asimismo, para Carrasco (2021), En las empresas mineras peruanas, la liquidez operativa depende de la eficiencia con la que se gestione el proceso comercial. Esto incluye todo, desde la prospección de clientes hasta el cobro de efectivo. Por ello, es fundamental combinar la función de ventas con el plan financiero. Esta dificultad se agrava en el caso de las empresas mineras medianas que operan en las regiones andinas altas, donde el acceso a la financiación externa es limitado y el éxito en las ventas es un factor importante para determinar si la empresa podrá continuar con sus operaciones.



Aunque ha logrado mantener niveles constantes de producción minera, la empresa minera Acumulación Los Rosales de Vilque, situada en las tierras altas de Puno, sigue enfrentándose a un problema que suele estar asociado a la insuficiencia de liquidez operativa. Parece existir una relación entre esta situación y las deficiencias en la gestión de las ventas, como una planificación comercial insuficiente, un control deficiente del ciclo de ventas y deficiencias en el proceso de cobro, todo lo cual repercute en la generación oportuna de flujos de caja. En concordancia con lo expuesto por Ramírez & Guzmán (2020), Para garantizar el mantenimiento de las operaciones y el cumplimiento de las responsabilidades a corto plazo, la gestión comercial en la industria minera debe asegurar la generación de ingresos constantes y eficientes. Además, como señala Chiavenato (2017), La integración de los procesos de ventas y la gestión financiera permite conservar la liquidez necesaria para la continuidad operativa. Esto es especialmente cierto en situaciones de volatilidad y limitaciones estructurales, como las que prevalecen en las regiones andinas altas. Por lo tanto, es esencial investigar cómo influye la gestión de ventas en la liquidez operativa de esta unidad minera durante el año 2024. Esto permitirá generar sugerencias que aumentarán la estabilidad financiera y la productividad organizativa de la unidad minera.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema principal

¿Cuál es la relación entre la gestión de ventas y la liquidez operativa en la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, Puno – 2024?



1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cómo se relaciona la gestión de ventas con el flujo de caja de la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, Puno – 2024?
- ¿Cuál es la relación entre la gestión de ventas y las obligaciones de pago en la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, Puno – 2024?

1.3. Justificación.

1.3.1. Justificación Teórica

La gestión de las ventas y mantener la liquidez operativa son estos dos factores más importantes en el mercado de negocios. Lo importante es crear diversas formas de métodos de control, planificación y sostenibilidad financiera. En la industria minera, el estudio combinado de ambos aspectos ayuda a ampliar el marco teórico sobre cómo las decisiones comerciales afectan directamente a la disponibilidad de recursos líquidos. Esto contribuye a consolidar una base conceptual que puede ayudar a futuras investigaciones en entornos económicos extremadamente exigentes.

1.3.2. Justificación Práctica

Esta investigación es particularmente valiosa en términos de aplicación práctica, ya que permite optimizar la gestión de ventas como una herramienta importante para mejorar la liquidez operativa en la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque. Con la ayuda de este estudio, será posible identificar métodos comerciales más eficaces que garanticen un flujo constante de ingresos y efectivo. Además, los resultados se utilizarán como base para las decisiones de gestión destinadas a mejorar la salud financiera general de la entidad organizativa.



1.3.3. Justificación Metodológica

La metodología que se utiliza en la tesis es de enfoque cuantitativo, lo que permite evaluar y estudiar la relación entre la gestión de ventas y la liquidez operativa sobre la base de datos empíricos. Se utiliza el diseño correlacional no experimental, que facilita en el reconocimiento de relaciones significativas sin necesidad de manipular las variables. En la misma línea, se utiliza un método de encuesta con cuestionario estructurado, que garantiza la recopilación de información precisa y representativa de la situación real en el mundo empresarial.

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

Determinar la relación entre la gestión de ventas y la liquidez operativa en la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, Puno – 2024.

1.4.2. Objetivos específicos

- Demostrar la relación entre la gestión de ventas y el flujo de caja de la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, Puno – 2024.
- Determinar la relación entre la gestión de ventas y las obligaciones de pago en la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, Puno – 2024.

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis general

La gestión de ventas se relaciona directamente con la liquidez operativa en la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, Puno – 2024.



1.5.2. Hipótesis específica

- La gestión de ventas tiene una relación directa con el flujo de caja de la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, Puno – 2024.
- La gestión de ventas se relaciona en forma directa con las obligaciones de pago en la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, Puno – 2024.

1.6. Importancia

La importancia de esta tesis radica en el hecho de que nos permite investigar las formas en que la gestión de ventas determina la liquidez operativa de una empresa minera, lo cual es un componente esencial para garantizar la viabilidad financiera a largo plazo de la empresa. Además, ofrece un valioso conocimiento empírico que puede utilizarse para optimizar las decisiones empresariales en situaciones en las que existe un grado significativo de fluctuación económica. El último objetivo de este documento es servir de referencia para futuros estudios en los sectores minero y bancario de la región.

1.7. Limitaciones

Como principal limitación se ha encontrado que hay restricción en obtener información financiera del periodo de investigación sobre la empresa minera. Esta limitación afecta con mayor precisión en la elaboración de la tesis. Por otro lado, los constantes cambios que se dan en el mercado de minerales que pueden influir en los resultados alcanzados en la investigación.



1.8. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de la variable: Gestión de ventas

DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE VALORES	TIPO DE VARIABLE
La gestión de ventas abarca las acciones necesarias para la planificación, organización, ejecución y supervisión de las actividades comerciales con el fin de alcanzar los objetivos predeterminados, optimizar los recursos y mejorar la rentabilidad de la empresa (González & Méndez, 2015).	Los encuestados fueron interrogados sobre la gestión de ventas.	✓ Programación de ventas mensuales ✓ Estrategia de ventas	✓ Ingresos mensuales ✓ Metas de ventas ✓ Canales de ventas ✓ Política de precios	Ordinal Tipo Likert - Nunca (1) - Casi nunca (2) - A veces (3) - Casi siempre (4) - Siempre (5)	Cuantitativa

Tabla 2

Operacionalización de la variable: Liquidez operativa

DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE VALORES	TIPO DE VARIABLE
La liquidez operativa se refiere a la capacidad de una empresa para generar y mantener un nivel adecuado de efectivo a corto plazo con el fin de cumplir con sus obligaciones derivadas de las actividades corrientes (Méndez & Alcázar, 2017).	Los encuestados facilitaron información sobre la liquidez operativa.	✓ Flujo de caja ✓ Obligaciones de pago	✓ Generación de ingresos ✓ Disponibilidad de efectivo ✓ Deuda de corto plazo ✓ Deuda de largo plazo	Ordinal Tipo Likert - Nunca (1) - Casi nunca (2) - A veces (3) - Casi siempre (4) - Siempre (5)	Cuantitativa



CAPÍTULO II

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

2.1. Antecedentes de la Investigación

2.1.1. Internacional

La Fuente Choque (2021) Importadora Soluciones Médicas Lifemed S.R.L. cumplió todos los objetivos del proyecto al implementar eficazmente el sistema de gestión de ventas e inventario. El proceso de ventas estaba mucho mejor organizado, se cometían menos errores humanos y la atención al cliente respondía mucho más rápido. El sistema también facilitó el seguimiento del inventario y mejoró la elaboración de informes, lo que ayudó a la organización a tomar mejores decisiones. También es fundamental recordar que la sistematización ayudó a la organización a funcionar con mayor fluidez, especialmente cuando no había suficientes trabajadores o recursos. La conclusión que se puede extraer es que la creación y la implementación del sistema informático permitieron automatizar y centralizar procedimientos importantes, como las ventas, el inventario y la facturación. La adaptación del sistema a los requisitos siempre cambiantes de los clientes se garantizó mediante la utilización de la metodología ágil XP. Como consecuencia de ello, la organización pudo establecer un mayor nivel de control sobre sus operaciones,



reducir el tiempo de respuesta a sus clientes y mejorar la gestión de inventario, garantizando así que las decisiones se tomaran sobre la base de información correcta y actualizada.

Ramírez Carrasco & Toalombo García (2024) Según los resultados del estudio, la gestión comercial de Icoplast presenta varias limitaciones en términos de eficiencia operativa. Estas deficiencias son especialmente frecuentes en áreas como la preventa, la posventa, el inventario y la aplicación de estrategias de precios. Los resultados de las encuestas a los empleados y los análisis realizados con el software SPSS revelaron que las características mencionadas tenían una influencia directa en la rentabilidad de las organizaciones. Hay algunos factores que se han reconocido como factores que limitan la capacidad de crecimiento. Entre ellos se encuentran la disponibilidad moderada de excedentes financieros, la innovación limitada y la escasa inversión en tecnología y maquinaria. En la misma línea, se descubrió que la competitividad y la sostenibilidad a largo plazo de la empresa se veían afectadas negativamente por su baja cuota de mercado y la gestión ineficaz de su capital humano. Los resultados concluyen que la gestión del departamento de ventas con sus características propias y particular tiene un gran impacto en los beneficios de Icoplast. Se ha encontrado que el uso de la tecnología, proporciona beneficios al cliente, una buena planificación y la gestión del personal de ventas son aspectos importantes que conducen a mejores resultados financieros. La empresa no sabe aprovechar las oportunidades del mercado, ya que le falta estrategias definidas. Para que sean más eficientes las ventas y seguir beneficiándose, debe

implementar políticas de mejora continua, capacitación al personal y aplicar los instrumentos técnicos.

Zambrano Guerrero (2023) El estudio reveló que el 58 % de la población encuestada no compra El Diario Manabita, mientras que el 42 % sí lo hace. Además, solo el 17 % del público lo consume a través de medios digitales. También se determinó que la falta de tiempo era la razón principal para no comprar el periódico, lo que representaba el 62 % del total. En la encuesta, el 79 % de los encuestados conoce la plataforma digital que ofrece el periódico, y el 58 % de ellos estaría dispuesto a utilizarla para realizar compras. A partir de los resultados de las entrevistas, se descubrió que, aunque existe un plan de ventas, el personal no lo comprende del todo, lo que dificulta la implementación exitosa del plan. Por otro lado, se llevan a cabo análisis semanales y una documentación sistemática de las operaciones, lo que contribuye a la gestión de las ventas y permite realizar modificaciones en el plan estratégico. En conclusión, se encontró un coeficiente de 1,96 que indica que existe una asociación positiva entre la gestión de ventas y la rentabilidad comercial. Con lo cual la gestión de ventas tiene una influencia sustancial en la rentabilidad de la organización.

2.1.2. Nacional

Gonzales Perez & Rivera Poma (2020) Según los resultados del estudio, se ha determinado que el departamento de gestión de ventas de la empresa farmacéutica GR Farmanova S.A.C. presenta graves deficiencias. El cincuenta por ciento de la plantilla afirmó que los indicadores de control solo se utilizaban en ocasiones, y solo el veinticinco por ciento consideraba que eran eficaces. Además, a pesar de que el personal conocía los objetivos de ventas, opinaba



que su alcance era limitado. En algunos casos, los métodos de venta no respondían adecuadamente a las demandas de los clientes ni generaban los ingresos previstos. En lo que respecta a la formación y la supervisión del personal, que son componentes esenciales de una gestión de ventas eficiente, también se observaron ciertas limitaciones. A partir de sus conclusiones, los autores llegan a la conclusión de que la gestión de ventas no se está llevando a cabo de la manera más eficaz, lo que es uno de los factores que ha contribuido a la caída de las ventas. Tras una investigación, se descubrió que los procedimientos de ventas, el control interno y la planificación estratégica no se están aplicando de manera adecuada. Estas deficiencias repercuten en la eficacia operativa de la organización y ponen en peligro el crecimiento del negocio. Además, se reconoce la necesidad de adoptar y aplicar estrategias de reforma en las áreas de formación, supervisión y disponibilidad de medicamentos genéricos. Se subraya la necesidad de contar con una gestión adecuada, ya que contribuiría a mejorar los ingresos y la competitividad de la organización.

López García & Mendoza Tamara (2022) En ICC SAC, los resultados de la investigación indicaron que existe una relación considerable entre la gestión de ventas y el nivel de satisfacción de los clientes. Se descubrió que varios aspectos de la satisfacción del cliente, entre ellos la calidad del servicio, la rapidez de respuesta y la innovación, tenían una clara relación con las dimensiones de la gestión de ventas que se evaluaron. Estas dimensiones incluían el marketing, la imagen de marca y las medidas de rendimiento de los empleados. La coherencia de los datos obtenidos de la muestra de 108



consumidores encuestados se validó mediante la fiabilidad de los instrumentos, que se comprobó utilizando el alfa de Cronbach (0,851 y 0,846 con diferencias significativas). Se concluye que una gestión eficaz de las ventas mejora significativamente la satisfacción del cliente. Además, se hace hincapié en que las estrategias comerciales deben centrarse en mejorar el servicio al cliente, la imagen corporativa y el rendimiento de los empleados. Se recomienda la implementación de formación periódica, la optimización de los procedimientos internos y el fomento de la innovación para garantizar la fidelidad de los clientes. La organización puede aumentar su competitividad en el mercado ganadero utilizando este método.

Marrufo Díaz & Campos Gaitán (2024) Según los resultados de la investigación, los sistemas de gestión de ventas de Impor Sedir S.R.L. fueron calificados como «excelentes a eficientes». El rendimiento de los activos (ROA) subió del 1,78 % en 2021 al 6,23 % en 2022, mientras que el rendimiento del capital (ROE) aumentó del 3,66 % al 12,01 % en el mismo periodo. Estas medidas financieras demuestran una mejora significativa. Además, se descubrió que hay una falta de programas de incentivos, planificación comercial y controles internos eficientes, lo que contribuye a un entorno restrictivo para la utilización del potencial comercial. Por esta razón, se elaboró una propuesta de modelo de gestión de ventas. Este modelo comprende elementos como la planificación, la fidelización, la formación y la capacidad de supervisión continua. La conclusión es que la gestión de ventas existente, aunque eficaz, debe mejorarse mediante la implementación de un modelo estructurado que aumente la rentabilidad. Según los resultados del estudio, el aumento de la rentabilidad puede lograrse

mediante una planificación estratégica de las ventas, que incluye el control interno, el servicio al cliente, los informes diarios y la formación del personal.

2.1.3. Regional

Ochoa Luque (2020) La investigación realizada en Importaciones Lourdes E.I.R.L. reveló que existe una correlación sólida y positiva entre las técnicas de venta y la fidelidad de los clientes, con un coeficiente de correlación de 0,519 y un valor p inferior a 0,01. En la misma línea, era evidente que el control de ventas se correlaciona aún más fuertemente con la lealtad ($r = 0,625$), lo que sugiere que el seguimiento de ventas favorece la retención. Pero la correlación entre la planificación ($r = 0,166$) y la organización ($r = 0,392$) era baja, lo que indica que son las áreas donde tiene más carencias. La investigación concluyó que hay la necesidad de fortalecer para tener una buena estructura de ventas y hacerla más dinámico y maximizar la probabilidad de lealtad del cliente. En términos de lealtad de los clientes, las estrategias de ventas bien aplicadas influyen. Por otro lado, hay asuntos que tienen que ver con la cultura organizacional y con la fuerza laboral con conocimientos en las herramientas estratégicas. La falta de mecanismos de planificación y control es la principal causa de los problemas de eficiencia empresarial.

Suaquita Sucacahua (2024) Con un coeficiente Rho de Spearman de 0,740 (74 %) y un valor p de 0,000, que es menor del nivel de significancia de 0,05, los resultados muestran que existe una correlación media positiva entre la gestión de ventas y la cartera de clientes en Plaza San José. También, se mostraron correlaciones sustanciales entre la cartera de clientes con las de planificación de ventas ($r = 0,471$), fuerza de ventas ($r = 0,563$) y políticas de



ventas ($r = 0,595$). Esto corrobora empíricamente las hipótesis propuestas. Una gestión eficaz de las ventas tiene un impacto significativo en la lealtad de los clientes y el crecimiento de la cartera. La creación y el mantenimiento de relaciones corporativas duraderas se puede lograr mediante la ejecución de estrategias bien articuladas y la aplicación de una planificación sistemática.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Gestión de ventas

2.2.1.1. Concepto de gestión de ventas

La gestión de ventas es un proceso estratégico que abarca la planificación, ejecución, regulación y supervisión de las actividades comerciales con el objetivo de cumplir los objetivos de ventas establecidos por una empresa. Entre las responsabilidades de esta gestión se encuentran la administración de la fuerza de ventas, la implementación de políticas comerciales que permitan alcanzar los objetivos financieros y de mercado, y la coordinación del servicio al cliente. Según Kotler & Keller (2016), la finalidad de la gestión de ventas es maximizar los ingresos lo más que se pueda mediante la organización eficaz de los recursos humanos y tecnológicos en el proceso comercial.

2.2.1.2. Importancia de la gestión de ventas

En la optimización de los ingresos y la mejora del posicionamiento en el mercado, una gestión eficiente de las ventas beneficia directamente a la rentabilidad de una empresa. Además, garantiza una experiencia de compra eficiente y agradable, lo que a su vez fomenta la lealtad de los clientes. Para Lamb et al. (2011), El departamento de ventas es extremadamente importante, ya que es responsable de convertir los

esfuerzos de marketing en resultados financieros tangibles. Por lo tanto, es esencial que se gestione según criterios tanto técnicos como estratégicos.

2.2.1.3. Proceso de la gestión de ventas

El proceso de gestión de ventas consta de varias etapas. Estas etapas incluyen la planificación de ventas, la prospección y el contacto con los clientes, la presentación del producto, el manejo de objeciones, el cierre de ventas y el seguimiento posventa. Cada una de estas etapas requiere el uso de herramientas de gestión, indicadores de rendimiento y una comprensión profunda de la naturaleza del comportamiento del cliente. Stanton et al. (2019) Su argumento es que, para garantizar resultados sostenibles, este enfoque debe estar vinculado a los objetivos de la empresa.

2.2.1.4. Dimensiones de la gestión de ventas

La gestión de las ventas puede considerarse desde tres perspectivas diferentes: la operativa, la estratégica y la táctica. La gestión de la fuerza de ventas se lleva a cabo a nivel operativo, el establecimiento de políticas comerciales tiene lugar a nivel estratégico y la implementación de estrategias de negociación y fidelización se lleva a cabo a nivel táctico. Según González & Méndez (2015), Con la ayuda de estos aspectos, se puede lograr una gestión exhaustiva del proceso empresarial, lo que a su vez facilita el cumplimiento de los objetivos y hace posible el desarrollo continuo.

2.2.1.5. Gestión de la fuerza de ventas

La administración eficaz de la fuerza de ventas es uno de los pilares fundamentales que sustentan la gestión comercial. En lo que respecta al personal de ventas, esto incluye la selección, capacitación, motivación,



evaluación y remuneración de dichos individuos. Para Chiavenato (2017), Si bien la eficacia del personal de ventas está directamente relacionada con los resultados financieros de la organización, la motivación del personal de ventas es de suma importancia.

2.2.1.6. Indicadores de desempeño en la gestión de ventas

Se utilizan una serie de indicadores, entre las principales son la tasa de conversión, el volumen de ventas, el valor medio de las ventas, la satisfacción de los clientes y el logro de objetivos, con el fin de saber la eficiencia de la gestión de ventas. Según Gutiérrez & Fernández (2020), Es más factible tomar decisiones y promover una gestión basada en datos cuando se utilizan indicadores clave de rendimiento (KPI) en las ventas.

2.2.1.7. Tendencias actuales en la gestión de ventas

Tecnologías como la gestión de las relaciones con los clientes (CRM), la inteligencia artificial y el análisis predictivo se han implementado en la gestión de ventas como resultado de la transformación digital. Estas herramientas permiten personalizar las ofertas, mejorar la experiencia del cliente y aumentar la eficiencia de las ventas. Según Miranda & Díaz (2021), La forma en que las empresas interactúan con los clientes y gestionan sus ventas está siendo revolucionada por la aparición de nuevas plataformas digitales.

2.2.2. Liquidez operativa

2.2.2.1. Concepto de liquidez operativa

La capacidad de una empresa para generar y tener disponibilidad de efectivo a corto plazo se conoce como liquidez operativa. El objetivo principal de

esta liquidez es cubrir los compromisos inmediatos de la empresa que son consecuencia directa de sus actividades operativas. Según Gitman & Zutter (2012), En lo que respecta a la liquidez operativa, no basta con poseer activos líquidos, sino que también hay que garantizar un flujo constante de ingresos operativos para que la organización funcione sin problemas.

2.2.2.2. Importancia de la liquidez

Cuando una empresa cuenta con suficiente liquidez operativa, puede cumplir con sus obligaciones de pago a proveedores, empleados y acreedores. Con muestra una mejora la credibilidad financiera de la empresa, también permite la continuidad de la producción o de la comercialización. Brigham & Houston (2014) Con la finalidad de reducir los riesgos de insolvencia y garantizar de afrontar en circunstancias económicas imprevistas, es necesario que la empresa demuestre niveles adecuados de liquidez.

2.2.2.3. Componentes de la liquidez operativa

Los componentes que conforman la liquidez operativa son los activos y pasivos corrientes, también los flujos de caja generados por los movimientos de operación. La acción de contar con el efectivo comprende la cobranza de las cuentas por cobrar y cuentas por pagar que se producen en la adquisición de inventarios, a esta acción se debe dar la importancia necesaria. De acuerdo con Ross et al. (2013), Se puede lograr una mejor gestión de los recursos a corto plazo si se manejan con responsabilidad estos componentes.

2.2.2.4. Indicadores de liquidez operativa

Hay tres indicadores principales que se utilizan para medir la liquidez operativa. Estos indicadores son el coeficiente de liquidez actual, el coeficiente

de prueba ácida y el capital de trabajo operativo neto. Utilizando estos indicadores, es posible evaluar la solvencia inmediata de una empresa, así como su capacidad para hacer frente a los pagos sin tener que recurrir a financiación de otras fuentes. Según Van & Wachowicz (2010), Dado que estos ratios reflejan la salud financiera operativa, es imprescindible analizarlos continuamente.

2.2.2.5. Factores que afectan la liquidez operativa

El volumen de ventas, el control de los costos operativos, la política crediticia de los clientes y la rotación de inventarios son algunos de los elementos más importantes que influyen en la liquidez operativa. Chiavenato (2017) subraya que una gestión ineficaz del capital circulante o una política inadecuada en materia de crédito y cobro pueden provocar una reducción de la liquidez de la empresa, lo que a su vez tiene un impacto directo en las operaciones de la empresa.

2.2.2.6. Gestión del flujo de efectivo operativo

El objetivo de la gestión del flujo de caja operativo es mantener un equilibrio entre las entradas y salidas de efectivo que se derivan de las actividades principales de la institución financiera. Para Méndez & Alcázar (2017), Cuando tienes control sobre tu flujo de caja, puedes prever los periodos de falta de liquidez y tomar medidas correctivas, como renegociar los pagos o modificar los niveles de inventario.

2.2.2.7. Relación entre liquidez operativa y sostenibilidad empresarial

La liquidez operativa es un aspecto importante para demostrar la viabilidad en el largo plazo de la empresa, esto garantizará la continuidad de las operaciones sin recurrir a préstamos de entidades financieras o de capitales



internos. Según Valdivia & Morales (2019), Una empresas que demuestra niveles aceptables de liquidez es visto mejor para poder desarrollarse, invertir y mantener su capacidad ante posibles recesiones y crisis económicas.

2.3. Definición de términos

Planificación comercial

Una planificación comercial garantizará resultados sostenibles, esto significa que se debe optimizar los recursos y estar preparado ante la competencia, por ello es importante la práctica de la planificación empresarial, que implica establecer objetivos claros de ventas, realizar análisis de mercado y definir actividades tácticas (González & Méndez, 2015).

Flujo de caja

El flujo de caja comprende los diferentes movimientos de efectivo, de las actividades operativas, de inversión y de financiación de una empresa que generan flujos de efectivo. También se puede definir como el movimiento de entradas y salidas de efectivo producto de las actividades realizadas. Esto es una señal de la capacidad de una empresa para generar liquidez para cumplir con las obligaciones en las decisiones financieras tomadas oportunamente (Méndez & Alcázar, 2017).

Estrategia de ventas

El conjunto de decisiones planificadas que determinan cómo ofrecer artículos o servicios al mercado objetivo con el fin de maximizar los ingresos y desarrollar las relaciones con los clientes se denomina estrategia de ventas. Este proceso incluye la definición de canales, estrategias de precios, segmentación y



acciones comerciales adecuadas al clima competitivo (González & Méndez, 2015).

Obligaciones de pago

Las obligaciones de pago son compromisos financieros contraídos por una empresa con terceros, que deben cumplirse dentro de los plazos especificados. Estas responsabilidades incluyen deudas con proveedores, instituciones financieras, impuestos y salarios. Las obligaciones de pago deben cumplirse dentro del plazo establecido. Mediante la gestión eficaz de estas responsabilidades, se puede mantener la continuidad operativa y evitar problemas de liquidez (Valdivia & Morales, 2019a).

Metas de ventas

Los objetivos de ventas son previsiones preparadas que especifican la cantidad de artículos o servicios que una empresa prevé vender en un periodo de tiempo determinado. Estos objetivos de ventas sirven de base para evaluar el éxito del equipo de ventas y tomar decisiones estratégicas (Stanton et al., 2019).

Canales de ventas

Los canales de ventas son una serie de herramientas como los canales directos, distribuidores, plataformas digitales. Los canales de venta son los medios para llegar a los clientes para ofrecer los productos o servicios que comercializa (Kotler & Keller, 2016).

Política de precios

La política de precios son un conjunto de reglas y directivas que una empresa determina, modifica y comunica el valor de los precios de sus productos

o servicios. Para que estas políticas de precios funcionen en beneficio de la empresa se debe manejar coherentemente los costos, la competencia, la percepción de los consumidores y los objetivos estratégicos (Lamb et al., 2011).

Disponibilidad de efectivo

La capacidad inmediata de una empresa para disponer de fondos líquidos accesibles para satisfacer sus responsabilidades financieras y operativas a corto plazo se denomina disponibilidad de efectivo. Esta capacidad garantiza que las actividades de la empresa continúen sin interrupciones. La clave para evitar problemas de iliquidez es llevar a cabo una gestión del efectivo adecuada (Van & Wachowicz, 2010).

Deuda de corto plazo

Se dice que una empresa tiene deuda a corto plazo si tiene compromisos financieros que debe pagar en un plazo inferior a un año. Algunos ejemplos de deuda a corto plazo son los préstamos bancarios, las cuentas por pagar y los créditos comerciales. La gestión adecuada de esta deuda es absolutamente necesaria para mantener intactas la liquidez y la solvencia operativa (Ross et al., 2010).

Deuda de largo plazo

Una deuda a largo plazo son compromisos financieros que tienen vencimientos mayores a un año, esto ocurre generalmente con préstamos bancarios, emisión de bonos y obligaciones contractuales (Brealey et al., 2020).



CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Métodos de Investigación

Método inductivo - deductivo

Para Jiménez (2024), El método inductivo–deductivo tiene una secuencia lógica que parte de la observación para llegar explicaciones generales y, luego son contrastadas mediante inferencias racionales. Esta acción comprende procedimientos de análisis y síntesis que hacen comprender la estructural del fenómeno estudiado, haciendo una ruta metodológica que genera conocimiento verificable.

3.2. Ámbito de investigación

Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, Puno – 2024, ubicado en el distrito de Vilque.

3.3. Enfoque de la Investigación

Enfoque cuantitativo.

Para Ruiz et al. (2023), El enfoque cuantitativo tiene características en emplear procesos sistemáticos y estructurados que analizan fenómenos mediante la medición numérica y la aplicación de la estadísticas. El enfoque

busca establecer relaciones o causalidades entre dos variables, también hace la comprobación empírica y lo resume en resultados.

3.4. Tipo de Investigación

Tipo de investigación aplicada

Según Ruiz et al. (2023) El tipo de investigación aplicada utiliza los conocimientos de la teoría que se genera en la investigación básica para resolver problemas en el campo práctico. También la investigación aplicada orienta los conocimientos hacia una solución práctica en casos reales, al final contribuye en el desarrollo científico y tecnológico.

3.5. Nivel de la investigación

El nivel de investigación correlacional

La investigación correlacional busca describir las relaciones entre dos o más variables en un tiempo determinado, sin manipular. También tiene la función de medir el grado de asociación entre los fenómenos observados. Este tipo de estudio realiza el análisis estadístico entre variables dentro de una investigación (Ruiz et al., 2023).

3.6. Diseño de la Investigación

Diseño no experimental transeccional.

Según Ruiz et al. (2023) El diseño no experimental transeccional se define como aquel en el que no se manipulan deliberadamente las variables, sino que se observan tal como se presentan en su contexto natural para analizarlas. Este tipo de diseño recolecta datos en un único momento, con el propósito de describir



variables y analizar su incidencia o interrelación en un instante determinado, ofreciendo una “fotografía” de la realidad estudiada.

3.7. Población y Muestra

3.7.1. Población

La población está formada por 26 empleados de la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, Puno – 2024.

3.7.2. Muestra

Muestra censal

Para Ruiz et al. (2023) La muestra se define como el segmento de la población que se considera representativo de un universo y se selecciona para obtener información acerca de las variables objeto de estudio.

3.8. Técnicas e Instrumentos

3.8.1. Encuesta

Para Ruiz et al. (2023), La encuesta viene a ser una técnica de recolección de datos utilizada en las ciencias sociales. Su aplicación requiere tiene que tener el cuidado correspondiente para garantizar su validez, claridad y pertinencia de las preguntas dirigidas al grupo de la población.

3.8.2. Instrumento

El instrumento utilizado es el cuestionario

Según Ruiz et al. (2023), El cuestionario está elaborado responsablemente por preguntas debidamente ordenadas que abarca el tema de investigación, que permite obtener información relacionada con los objetivos



del estudio. Este instrumento debe tener la capacidad de garantizar claridad, coherencia y pertinencia en cada ítem para alcanzar los resultados deseados.

3.9. Diseño de Contrastación de Hipótesis

Se plantea la hipótesis nula y alterna, para su validación se ha trabajado con el SPSSS utilizando el coeficiente R de Pearson.

Hipótesis nula

H₀: La gestión de ventas no se relaciona directamente con la liquidez operativa en la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, Puno – 2024.

Hipótesis alterna

H_a: La gestión de ventas se relaciona directamente con la liquidez operativa en la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, Puno – 2024.

CAPITULO IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis e interpretación de resultados

4.1.1. Dimensión: Planificación comercial

a) Programación de ventas mensuales

Tabla 3

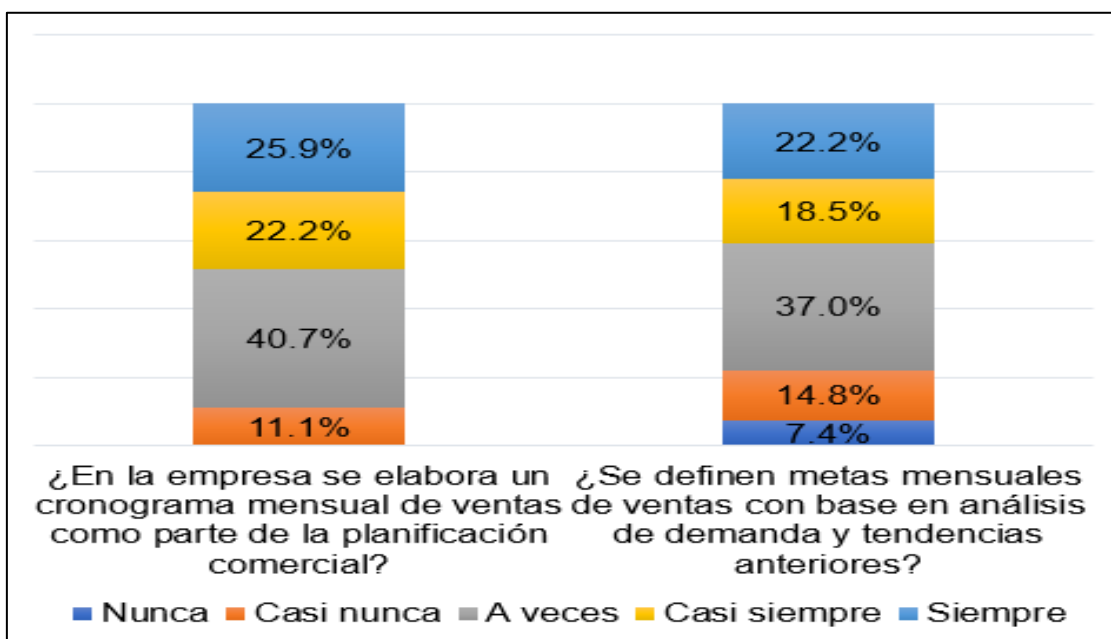
Programación de ventas mensuales

	¿En la empresa se elabora un cronograma mensual de ventas como parte de la planificación comercial?		¿Se definen metas mensuales de ventas con base en análisis de demanda y tendencias anteriores?	
	N	%	N	%
Nunca	0	0,0%	2	7,4%
Casi nunca	3	11,1%	4	14,8%
A veces	11	40,7%	10	37,0%
Casi siempre	6	22,2%	5	18,5%
Siempre	7	25,9%	6	22,2%
Total	27	100,0%	27	100,0%

Nota. Se describe la programación de ventas mensuales

Figura 1

Programación de ventas mensuales



Nota: Corresponde a la tabla 3

Sobre la programación de ventas mensuales, se tiene lo siguiente:

Con relación a la elaboración de un cronograma mensual de ventas como parte de la planificación comercial, respondieron con el 0,0% Nunca, 11,1% Casi nunca, 40,7% A veces, 22,2% Casi siempre, y 25,9% Siempre.

Sobre la definición de metas mensuales de ventas con base en análisis de demanda y tendencias anteriores, respondieron con el 7,4% Nunca, 14,8% Casi nunca, 37,0% A veces, 18,5% Casi siempre, y 22,2% Siempre.

b) Metas de ventas

Tabla 4

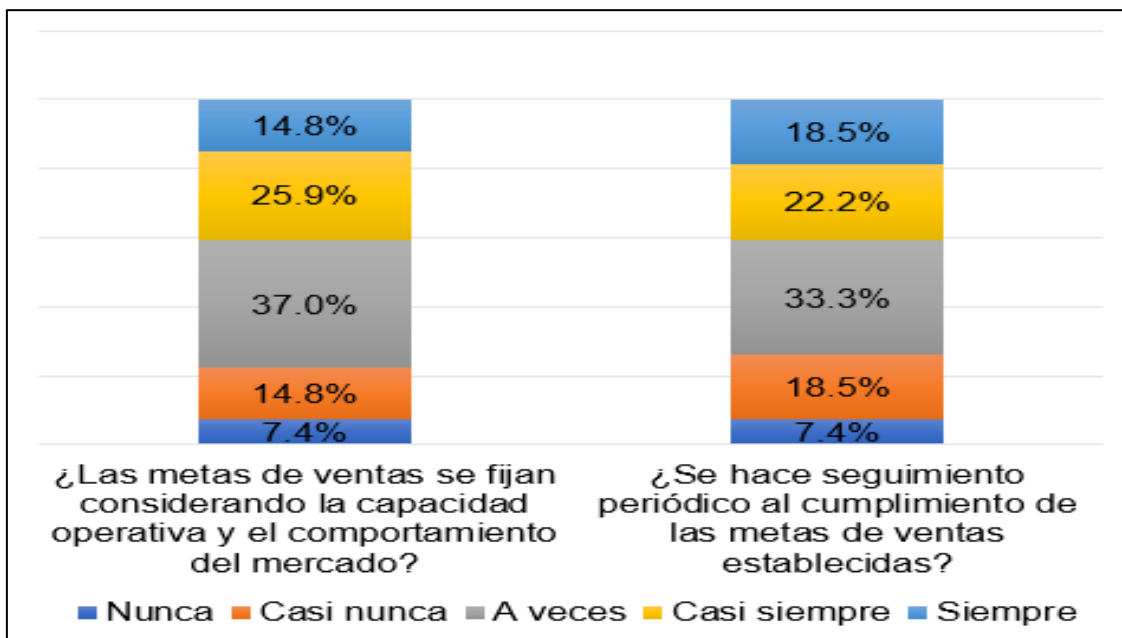
Metas de ventas

	¿Las metas de ventas se fijan considerando la capacidad operativa y el comportamiento del mercado?		¿Se hace seguimiento periódico al cumplimiento de las metas de ventas establecidas?	
	N	%	N	%
Nunca	2	7,4%	2	7,4%
Casi nunca	4	14,8%	5	18,5%
A veces	10	37,0%	9	33,3%
Casi siempre	7	25,9%	6	22,2%
Siempre	4	14,8%	5	18,5%
Total	27	100,0%	27	100,0%

Nota. Se ve las metas de ventas

Figura 2

Nivel de endeudamiento



Nota: Viene de la tabla 4

Según las metas de ventas, se tiene lo siguiente:

En cuanto a las metas de ventas se fijan considerando la capacidad operativa y el comportamiento del mercado, respondieron con el 7,4% Nunca, 14,8% Casi nunca, 37,0% A veces, 25,9% Casi siempre, y 14,8% Siempre.

Sobre el seguimiento periódico al cumplimiento de las metas de ventas establecidas, respondieron con el 7,4% Nunca, 18,5% Casi nunca, 33,3% A veces, 22,2% Casi siempre, y 18,5% Siempre.

4.1.2. Dimensión: Estrategia de ventas

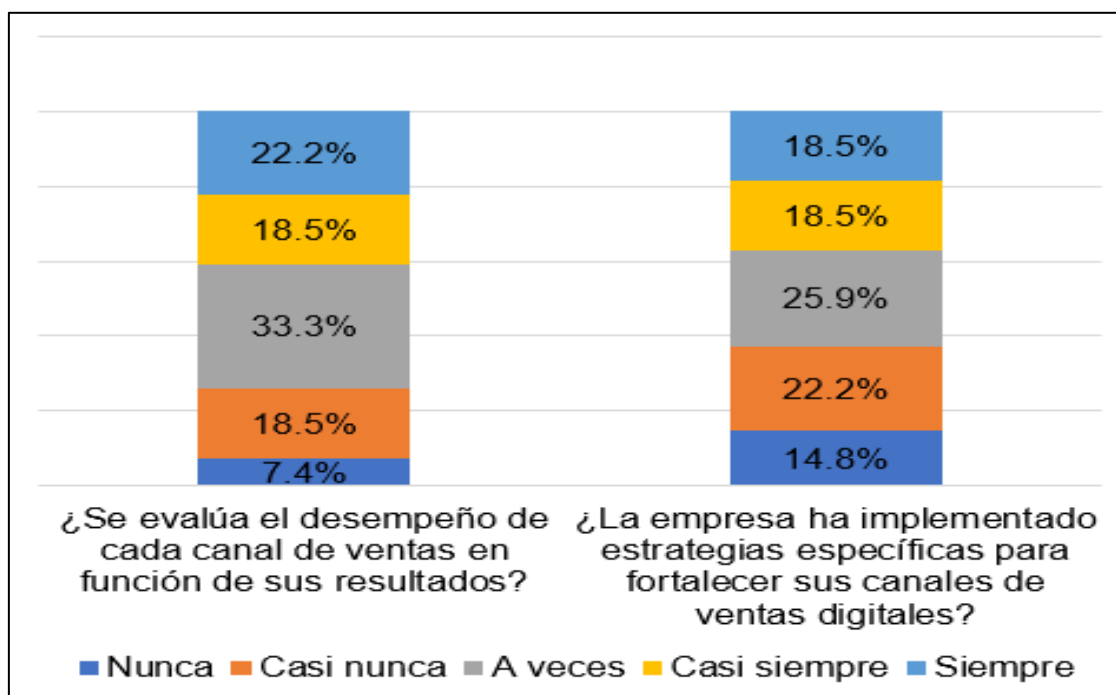
a) Canales de ventas

Tabla 5

Canales de ventas

	¿Se evalúa el desempeño de cada canal de ventas en función de sus resultados?		¿La empresa ha implementado estrategias específicas para fortalecer sus canales de ventas digitales?	
	N	%	N	%
Nunca	2	7,4%	4	14,8%
Casi nunca	5	18,5%	6	22,2%
A veces	9	33,3%	7	25,9%
Casi siempre	5	18,5%	5	18,5%
Siempre	6	22,2%	5	18,5%
Total	27	100,0%	27	100,0%

Nota. Describe los canales de ventas

Figura 3*Canales de ventas*

Nota: Los datos provienen de la tabla 5

Sobre los canales de ventas, se tiene lo siguiente:

En cuanto la evaluación al desempeño de cada canal de ventas en función de sus resultados, respondieron con el 7,4% Nunca, 18,5% Casi nunca, 33,3% A veces, 18,5% Casi siempre, y 22,2% Siempre.

Sobre la implementación de estrategias específicas para fortalecer sus canales de ventas digitales, respondieron con el 14,8% Nunca, 22,2% Casi nunca, 25,9% A veces, 18,5% Casi siempre, y 18,5% Siempre.

b) Política de precios

Tabla 6

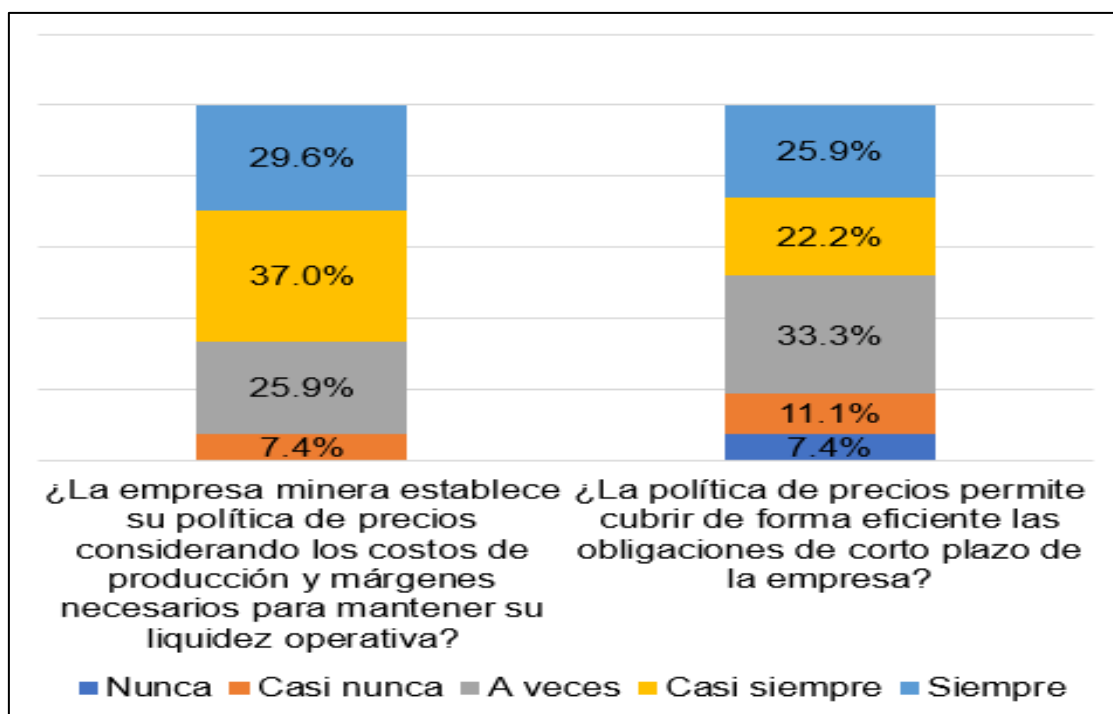
Política de precios

	¿La empresa minera establece su política de precios considerando los costos de producción y márgenes necesarios para mantener su liquidez operativa?		¿La política de precios permite cubrir de forma eficiente las obligaciones de corto plazo de la empresa?	
	N	%	N	%
Nunca	0	0,0%	2	7,4%
Casi nunca	2	7,4%	3	11,1%
A veces	7	25,9%	9	33,3%
Casi siempre	10	37,0%	6	22,2%
Siempre	8	29,6%	7	25,9%
Total	27	100,0%	27	100,0%

Nota. Muestra la política de precios

Figura 4

Política de precios



Nota: Muestra el tipo de respaldo

Sobre la política de precios, se tiene lo siguiente:

En cuanto el establecimiento de su política de precios considerando los costos de producción y márgenes necesarios para mantener su liquidez operativa, respondieron con el 0,0% Nunca, 7,4% Casi nunca, 25,9% A veces, 37,0% Casi siempre, y 29,6% Siempre.

Con relación la política de precios permite cubrir de forma eficiente las obligaciones de corto plazo de la empresa, respondieron con el 7,4% Nunca, 11,1% Casi nunca, 33,3% A veces, 22,2% Casi siempre, y 25,9% Siempre.

4.1.3. Dimensión: Flujo de caja

a) Generación de ingresos

Tabla 7

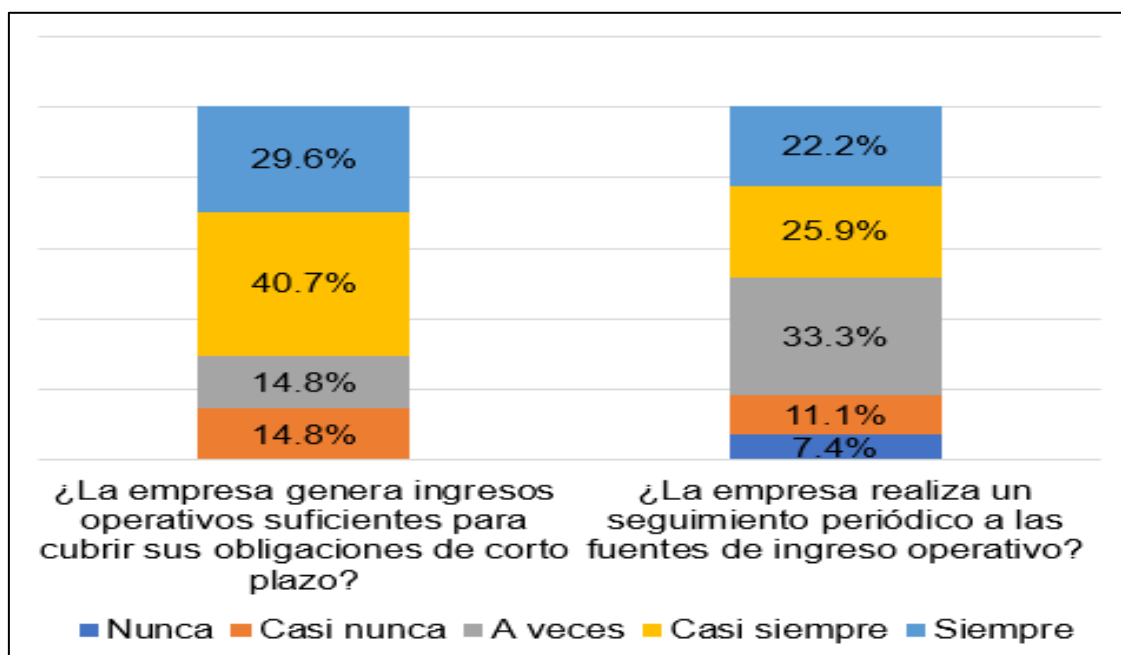
Generación de ingresos

	¿La empresa genera ingresos operativos suficientes para cubrir sus obligaciones de corto plazo?		¿La empresa realiza un seguimiento periódico a las fuentes de ingreso operativo?	
	N	%	N	%
Nunca	0	0,0%	2	7,4%
Casi nunca	4	14,8%	3	11,1%
A veces	4	14,8%	9	33,3%
Casi siempre	11	40,7%	7	25,9%
Siempre	8	29,6%	6	22,2%
Total	27	100,0%	27	100,0%

Nota. Indica la generación de ingresos

Figura 5

Generación de ingresos



Nota: La generación de ingresos es la tabla 7

Sobre la generación de ingresos, se tiene lo siguiente:

En cuanto la generación de ingresos operativos suficientes para cubrir sus obligaciones de corto plazo, respondieron con el 0,0% Nunca, 14,8% Casi nunca, 14,8% A veces, 40,7% Casi siempre, y 29,6% Siempre.

Sobre la realización de seguimiento periódico a las fuentes de ingreso operativo, respondieron con el 7,4% Nunca, 11,1% Casi nunca, 33,3% A veces, 25,9% Casi siempre, y 22,2% Siempre.

b) Disponibilidad de efectivo

Tabla 8

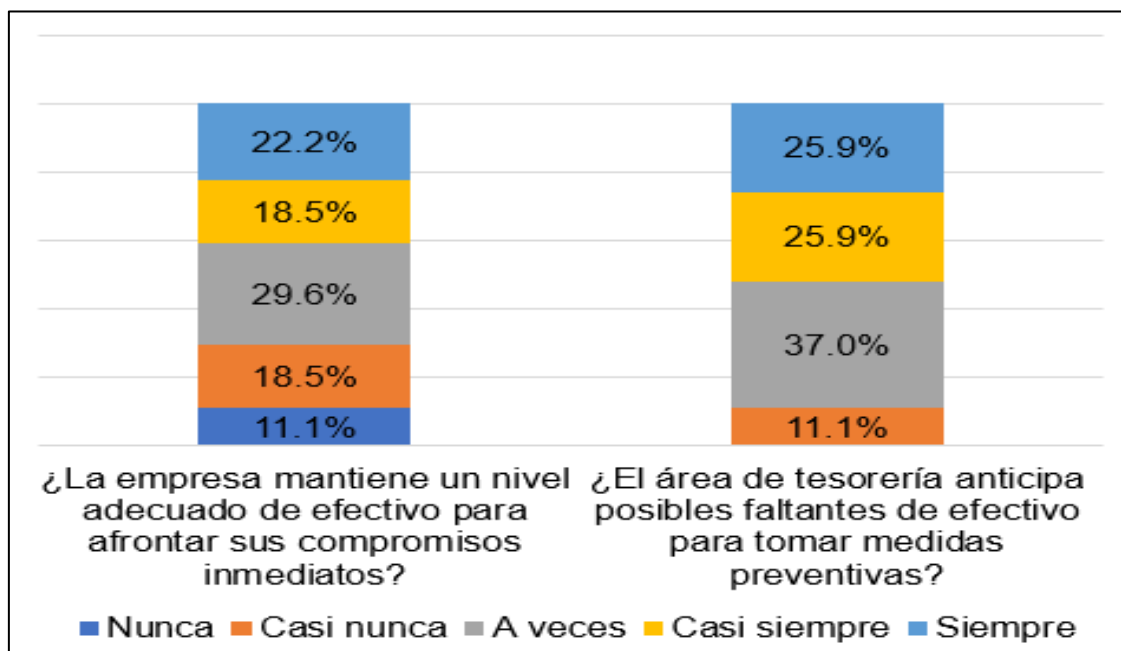
Disponibilidad de efectivo

	¿La empresa mantiene un nivel adecuado de efectivo para afrontar sus compromisos inmediatos?		¿El área de tesorería anticipa posibles faltantes de efectivo para tomar medidas preventivas?	
	N	%	N	%
Nunca	3	11,1%	0	0,0%
Casi nunca	5	18,5%	3	11,1%
A veces	8	29,6%	10	37,0%
Casi siempre	5	18,5%	7	25,9%
Siempre	6	22,2%	7	25,9%
Total	27	100,0%	27	100,0%

Nota. Desarrolla la disponibilidad de efectivo

Figura 6

Margen neto



Nota: El contenido es de la tabla 8

Sobre la disponibilidad de efectivo, se tiene el siguiente resultado:

En cuanto al mantenimiento de un nivel adecuado de efectivo para afrontar sus compromisos inmediatos, respondieron con el 11,1% Nunca, 18,5% Casi nunca, 29,6% A veces, 18,5% Casi siempre, y 22,2% Siempre.

Sobre la anticipación de posibles faltantes de efectivo para tomar medidas preventivas, respondieron con el 0,0% Nunca, 11,1% Casi nunca, 37,0% A veces, 25,9% Casi siempre, y 25,9% Siempre.

4.1.4. Dimensión: Obligaciones de pago

a) Deuda de corto plazo

Tabla 9

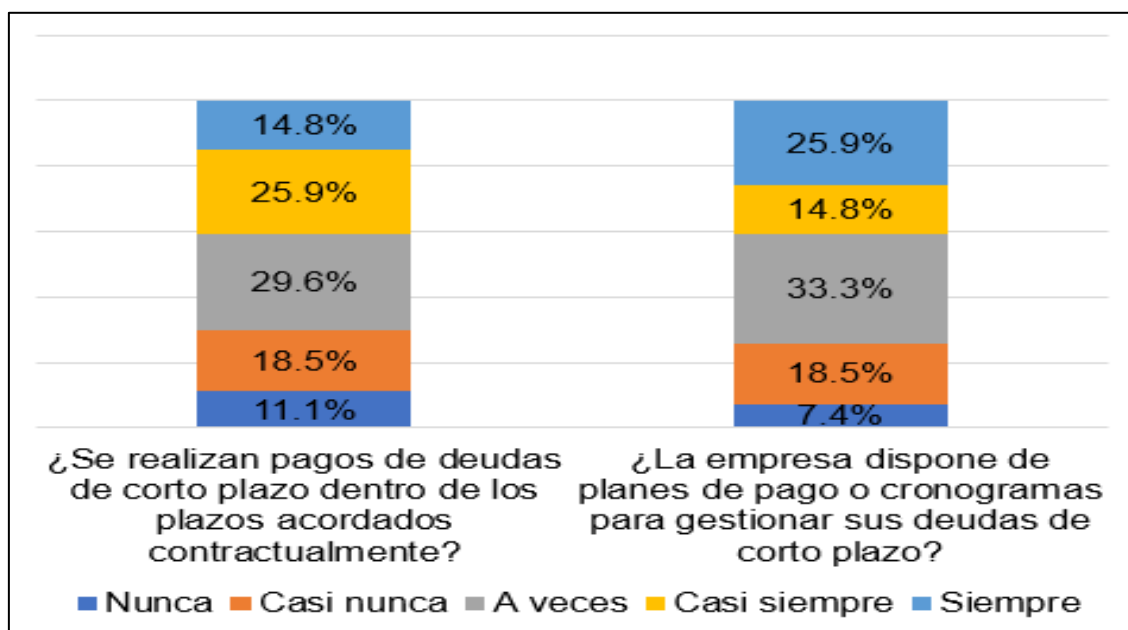
Deuda de corto plazo

	¿Se realizan pagos de deudas de corto plazo dentro de los plazos acordados contractualmente?		¿La empresa dispone de planes de pago o cronogramas para gestionar sus deudas de corto plazo?	
	N	%	N	%
Nunca	3	11,1%	2	7,4%
Casi nunca	5	18,5%	5	18,5%
A veces	8	29,6%	9	33,3%
Casi siempre	7	25,9%	4	14,8%
Siempre	4	14,8%	7	25,9%
Total	27	100,0%	27	100,0%

Nota. Se indica las deudas de corto plazo

Figura 7

Deuda de corto plazo



Nota: Aquí contiene la tabla 9

Sobre las deudas de corto plazo, se tiene el siguiente resultado:

En cuanto a los pagos de deudas de corto plazo dentro de los plazos acordados contractualmente, respondieron con el 11,1% Nunca, 18,5% Casi nunca, 29,6% A veces, 25,9% Casi siempre, y 14,8% Siempre.

Sobre la disponibilidad de planes de pago o cronogramas para gestionar sus deudas de corto plazo, respondieron con el 7,4% Nunca, 18,5% Casi nunca, 33,3% A veces, 14,8% Casi siempre, y 25,9% Siempre.

b) Deuda de largo plazo

Tabla 10

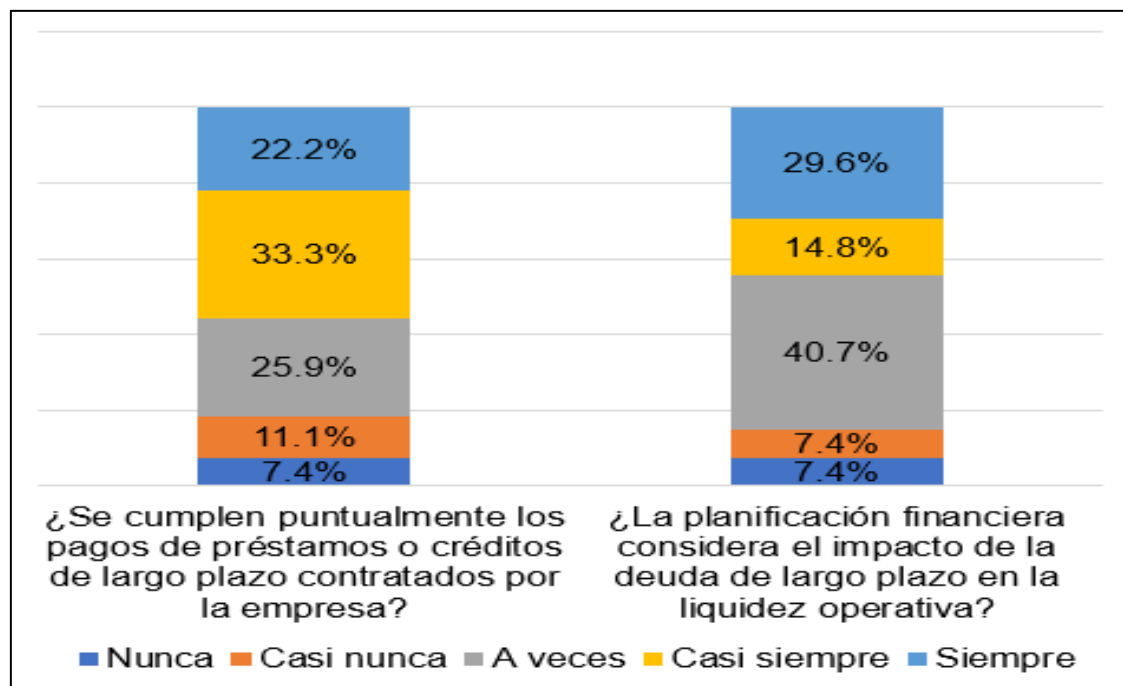
Deuda de largo plazo

	¿Se cumplen puntualmente los pagos de préstamos o créditos de largo plazo contratados por la empresa?		¿La planificación financiera considera el impacto de la deuda de largo plazo en la liquidez operativa?	
	N	%	N	%
Nunca	2	7,4%	2	7,4%
Casi nunca	3	11,1%	2	7,4%
A veces	7	25,9%	11	40,7%
Casi siempre	9	33,3%	4	14,8%
Siempre	6	22,2%	8	29,6%
Total	27	100,0%	27	100,0%

Nota. Describe las deudas de largo plazo

Figura 8

Deuda de largo plazo



Nota: La figura es igual a la tabla 10

Sobre las deudas de largo plazo, se tiene lo siguiente:

En cuanto al cumplimiento de los pagos de préstamos o créditos de largo plazo contratados por la empresa, respondieron con el 7,4% Nunca, 11,1% Casi nunca, 25,9% A veces, 33,3% Casi siempre, y 22,2% Siempre.

Sobre la planificación financiera toma en cuenta el impacto de la deuda de largo plazo en la liquidez operativa, respondieron con el 7,4% Nunca, 7,4% Casi nunca, 40,7% A veces, 14,8% Casi siempre, y 29,6% Siempre.

4.2. Prueba de hipótesis

4.2.1. Prueba de normalidad

Tabla 11

Prueba de normalidad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Gestión de ventas	,951	27	,228
Liquidez operativa	,941	27	,126
Planificación comercial	,933	27	,084
Estrategia de ventas	,980	27	,852
Flujo de caja	,956	27	,295
Obligaciones de pago	,953	27	,250

Nota: Es la prueba de normalidad

Se realiza la prueba de normalidad, obteniendo el valor de p que es mayor al 5%, en donde se demuestra que se cumple con la distribución normal. Quedando la hipótesis nula (H_0) y se aplica el coeficiente de correlación R de Pearson.

4.2.2. De hipótesis general

Tabla 12

Pruebas hipótesis general

		Gestión de ventas	Liquidez operativa
Gestión de ventas	Correlación de Pearson	1	,735**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	27	27
Liquidez operativa	Correlación de Pearson	,735**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	27	27

** La correlación es significativa.

En la tabla 12, indica que $p = 0.000 < 0.05$. Se toma la hipótesis alterna (H_a), es decir que la gestión de ventas se relaciona directamente con la liquidez operativa en la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, Puno – 2024.

4.2.3. De hipótesis específica 1

Tabla 13

Prueba de hipótesis específica 1

		Gestión de ventas	Flujo de caja
Gestión de ventas	Correlación de Pearson	1	,701**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	27	27
Flujo de caja	Correlación de Pearson	,701**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	27	27

** La correlación es significativa.

En la tabla 13, $p = 0.000 < 0.05$ de alfa. Por ello, se valora la hipótesis alterna (H_a), vale decir que la gestión de ventas tiene una relación directa con el flujo de

caja de la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, Puno – 2024, 2024.

4.2.4. De hipótesis específica 2

Tabla 14

Pruebas de hipótesis específica 2

		Gestión de ventas	Obligaciones de pago
Gestión de ventas	Correlación de Pearson	1	,662**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	27	27
Obligaciones de pago	Correlación de Pearson	,662**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	27	27

** . La correlación es significativa.

Los datos indican en la tabla 14, indican $p = 0,000 < 0,05$ de alfa. Se acepta la hipótesis alterna (H_a), por tanto, la gestión de ventas se relaciona en forma directa con las obligaciones de pago en la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, Puno – 2024.

4.3. Discusión de resultados

De acuerdo a los resultados de R de Pearson es de 0.735, la gestión de ventas se relaciona de manera positiva alta con la liquidez operativa en la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, esto indica que si gestión de ventas es responsable la liquidez operativa será garantizada.

Los resultados concuerdan con Ramírez Carrasco & Toalombo García (2024) la gestión de ventas incide significativamente en la rentabilidad de la empresa, del mismo modo Zambrano Guerrero (2023) indica que la gestión de ventas influye significativamente en la rentabilidad de la empresa, de la misma



manera López García & Mendoza Tamara (2022) que una adecuada gestión de ventas mejora sustancialmente la satisfacción del cliente, destacando que las estrategias comerciales deben enfocarse en el fortalecimiento de la atención, imagen corporativa y desempeño de los colaboradores, también Ochoa Luque (2020) concluye que una correcta aplicación de estrategias de ventas incide directamente en la fidelización del cliente, siendo el control de ventas el factor con mayor influencia, de la misma manera Suaquita Sucacahua (2024) concluye que una adecuada gestión de ventas influye significativamente en la fidelización y expansión de la cartera de clientes, también es importante automatizar como indica La Fuente Choque (2021) que el desarrollo e implementación del sistema informático permitió automatizar y centralizar procesos clave como ventas, inventario y facturación. Por otro lado va a depender de la buena gestión como señala Gonzales Perez & Rivera Poma (2020) determinan que la aplicación de la gestión de ventas no es óptima, siendo un factor determinante en la caída de las ventas, también es necesario mejorar la gestión de ventas que indica Marrufo Díaz & Campos Gaitán (2024) que la gestión de ventas actual, aunque eficiente, requiere fortalecimiento mediante un modelo estructurado que potencie la rentabilidad.

CONCLUSIONES

- PRIMERA. -** Se determinó la relación entre la gestión de ventas y la liquidez operativa en la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, Puno – 2024, de acuerdo a los resultados de R de Pearson es de 0.735, la gestión de ventas se relaciona de manera positiva alta con la liquidez operativa en la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, esto indica que si la gestión de ventas es responsable la liquidez operativa será garantizada.
- SEGUNDA. -** Se demostró la relación entre la gestión de ventas y el flujo de caja de la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, Puno – 2024, según el resultado de R de Pearson de 0.701, la gestión de ventas se relaciona de manera positiva alta con el flujo de caja de la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, que indica que el flujo de caja será dinámico con una buena gestión de ventas.
- TERCERA. -** Se determinó la relación entre la gestión de ventas y las obligaciones de pago en la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, Puno – 2024, según el resultado de R de Pearson 0.662, la gestión de ventas tiene una relación moderada con las obligaciones de pago en la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, ya que las obligaciones de pago de la sociedad siempre serán cumplidas con la gestión de ventas.

RECOMENDACIONES

- PRIMERA. -** Se recomienda al Gerente General de la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque fortalezca su gestión de ventas mediante una planificación comercial estratégica, políticas de precios adecuadas y diversificación de canales de venta, es decir, una gestión de ventas responsable y eficiente contribuirá directamente a asegurar la disponibilidad de efectivo y la estabilidad financiera de la empresa.
- SEGUNDA. -** Se recomienda a la Administración de la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque implemente mecanismos de fortalecimiento en su gestión de ventas, como la programación mensual de metas, seguimiento de indicadores comerciales y estrategias adaptadas al mercado, ya que una gestión de ventas eficiente incide de manera positiva alta en el flujo de caja, permitiendo así una mayor dinamización de los ingresos operativos y una gestión financiera más estable y predecible.
- TERCERA. -** Se recomienda al Gerente de Ventas de la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque refuerce sus procesos de gestión de ventas mediante una planificación efectiva, control periódico y políticas comerciales sólidas, para un manejo adecuado de las ventas que contribuirá significativamente a generar los ingresos necesarios para afrontar compromisos financieros en los plazos establecidos, garantizando así la continuidad operativa y la confianza de sus acreedores.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Brealey, R., Myers, S., & Allen, F. (2020). *Principios de finanzas corporativas*. McGraw-Hill Education.
- Brigham, E., & Houston, J. (2014). *Fundamentos de administración financiera*. Cengage Learning.
- Carrasco, A. (2021). *Gestión financiera y liquidez en empresas extractivas peruanas*. Fondo Editorial UPC.
- Chiavenato, I. (2017a). *Administración de empresas: Enfoque por competencias*. McGraw-Hill Education.
- Chiavenato, I. (2017b). *Administración de recursos humanos*. McGraw-Hill.
- Gitman, L., & Zutter, C. (2012). *Principios de administración financiera* (13ª ed.). Pearson Educación.
- Gonzales Perez, A., & Rivera Poma, S. (2020). *Gestión de ventas en la empresa farmacéutica GR Farmanova S.A.C. del distrito de Villa El Salvador, periodo 2019* [Universidad Autónoma del Perú]. https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/1228/Gonzales_Perez%2C_Asshly_Yaritza%3B_Rivera_Poma%2C_Susan_Anabel_Tesina.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- González, J., & Méndez, R. (2015). *Gestión comercial y ventas: Enfoque estratégico*. ESIC Editorial.
- Gutiérrez, H., & Fernández, R. (2020). *Indicadores de gestión comercial: guía práctica para empresas competitivas*. Editorial Alfaomega.
- Jiménez, I. (2024). *Metodología de la investigación: Triángulos para su construcción*. Ediciones de la U.



Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Dirección de marketing* (15ª ed.). Pearson Educación.

La Fuente Choque, J. (2021). *Sistema para la gestión de ventas e inventario: Caso Importadora Soluciones Médicas Lifemed S.R.L.* [Universidad Mayor de San Andrés].
<https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/36652/PG-3892.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C. (2011). *Marketing*. Cengage Learning Editores.

López García, M., & Mendoza Tamara, J. (2022). *Gestión de ventas y satisfacción del cliente en la empresa ICC SAC, Miraflores, 2022* [Universidad Tecnológica del Perú].
https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/7709/M.López_J.Mendoza_Tesis_Titulo_Profesional_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Marrufo Díaz, C., & Campos Gaitán, D. (2024). *Gestión de ventas para incrementar la rentabilidad de la empresa Impor Sedir S.R.L. Chota, 2022* [Universidad Nacional Autónoma de Chota].
<https://repositorio.unach.edu.pe/server/api/core/bitstreams/722bc683-c292-4b54-9ea2-803826a0df2b/content>

Méndez, M., & Alcázar, J. (2017). *Gestión financiera operativa*. Ecoe Ediciones.

Miranda, L., & Díaz, F. (2021). *Transformación digital en la gestión comercial*. Editorial Ecoe Ediciones.

Ochoa Luque, L. (2020). *Estrategias de ventas y su relación con la fidelización de clientes en la empresa Importaciones Lourdes E.I.R.L., en Juliaca, Puno* – 2020 [Universidad Privada Telesup].



<https://repositorio.utelesup.edu.pe/bitstream/UTELESUP/2686/2/OCHOA>

LUQUE LINTS.pdf

Ramírez, C., & Guzmán, J. (2020). *Gestión financiera empresarial: Enfoques teóricos y prácticos para la toma de decisiones*. Ecoe Ediciones.

Ramírez Carrasco, N., & Toalombo García, D. (2024). *Gestión de ventas y la rentabilidad en la empresa Icoplast periodo 2022-2023* [Universidad Nacional de Chimborazo].

<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/13179/1/Ramirez>

Carrasco%2C N y Toalombo Garcia%2C D %282024%29 Gestión de ventas y la rentabilidad en la empresa Icoplast periodo 2022-2023.%28Tesis de Pregrado%29 Universidad Nacional de Chimborazo %2C Riobamba

Ross, S., Westerfield, R., & Jordan, B. (2010). *Fundamentos de finanzas corporativas* (9ª ed.). McGraw-Hill.

Ross, S., Westerfield, R., & Jordan, B. (2013). *Finanzas corporativas*. McGraw-Hill.

Ruiz, C., Valenzuela, A., & Valenzuela, M. (2023). *Introducción de la metodología de investigación*. Fondo Editorial.

<https://doi.org/https://doi.org/10.47422/fepol.13>

Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2019). *Fundamentos de marketing* (14ª ed.). McGraw-Hill.

Suaquita Sucacahua, D. (2024). *Gestión de ventas y cartera de clientes de la Plaza Internacional San José en la ciudad de Juliaca, 2024* [Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez].

<https://repositorio.uancv.edu.pe/server/api/core/bitstreams/27a0b7af-11ce->



44b5-a40e-92e2c5e752f6/content

Valdivia, R., & Morales, P. (2019a). *Finanzas operativas para la gestión empresarial*. Universidad ESAN.

Valdivia, R., & Morales, P. (2019b). *Finanzas operativas para la minería peruana: análisis y estrategias*. Universidad ESAN.

Van, J., & Wachowicz, J. (2010). *Fundamentos de administración financiera* (13^a ed). Pearson Educación.

Zambrano Guerrero, W. (2023). *Gestión de ventas y su incidencia en la rentabilidad comercial de El Diario Manabita* [Universidad Estatal del Sur de Manabí].

<https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/6210/1/ZAMBRANO>

GUERRERO WALTER ARIEL.pdf



APÉNDICES



Apéndice 1. Matriz de consistencia

Título: GESTIÓN DE VENTAS Y LIQUIDEZ OPERATIVA EN LA SOCIEDAD MINERA ACUMULACIÓN LOS ROSALES DE VILQUE, PUNO – 2024

MATRIZ DE CONSISTENCIA				
Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Independiente X	Enfoque Cuantitativo Tipo Aplicada Nivel Correlacional Diseño No experimental transeccional o transversal Método Inductivo – deductivo Población 27 trabajadores Muestra 27 trabajadores Técnica Encuesta Instrumento Cuestionario
¿Cuál es la relación entre la gestión de ventas y la liquidez operativa en la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, Puno – 2024?	Determinar la relación entre la gestión de ventas y la liquidez operativa en la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, Puno – 2024.	La gestión de ventas se relaciona directamente con la liquidez operativa en la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, Puno – 2024.	Gestión de ventas	
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Dependiente Y	
¿Cómo se relaciona la gestión de ventas con el flujo de caja de la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, Puno – 2024?	Demostrar la relación entre la gestión de ventas y el flujo de caja de la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, Puno – 2024	La gestión de ventas tiene una relación directa con el flujo de caja de la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, Puno – 2024.	Liquidez operativa	
¿Cuál es la relación entre la gestión de ventas y las obligaciones de pago en la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, Puno – 2024?	Determinar la relación entre la gestión de ventas y las obligaciones de pago en la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, Puno – 2024.	La gestión de ventas se relaciona en forma directa con las obligaciones de pago en la Sociedad Minera Acumulación los Rosales de Vilque, Puno – 2024.		

Apéndice 2. Instrumentos

Cuestionario

Instrucciones: Marque sólo una de las siguientes alternativas por cada interrogante de acuerdo a su opinión, según la siguiente leyenda:

Nº	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
	Variable Independiente: Gestión de ventas Dimensión: Planificación comercial	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	¿En la empresa se elabora un cronograma mensual de ventas como parte de la planificación comercial?					
2	¿Se definen metas mensuales de ventas con base en análisis de demanda y tendencias anteriores?					
3	¿Las metas de ventas se fijan considerando la capacidad operativa y el comportamiento del mercado?					
4	¿Se hace seguimiento periódico al cumplimiento de las metas de ventas establecidas?					
	Dimensión: Estrategia de ventas					
5	¿Se evalúa el desempeño de cada canal de ventas en función de sus resultados?					
6	¿La empresa ha implementado estrategias específicas para fortalecer sus canales de ventas digitales?					
7	¿La empresa minera establece su política de precios considerando los costos de producción y márgenes necesarios para mantener su liquidez operativa?					



8	¿La política de precios permite cubrir de forma eficiente las obligaciones de corto plazo de la empresa?					
	Variable dependiente: Liquidez operativa Dimensión: Flujo de caja	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	¿La empresa genera ingresos operativos suficientes para cubrir sus obligaciones de corto plazo?					
2	¿La empresa realiza un seguimiento periódico a las fuentes de ingreso operativo?					
3	¿La empresa mantiene un nivel adecuado de efectivo para afrontar sus compromisos inmediatos?					
4	¿El área de tesorería anticipa posibles faltantes de efectivo para tomar medidas preventivas?					
	Dimensión: Obligaciones de pago					
5	¿Se realizan pagos de deudas de corto plazo dentro de los plazos acordados contractualmente?					
6	¿La empresa dispone de planes de pago o cronogramas para gestionar sus deudas de corto plazo?					
7	¿Se cumplen puntualmente los pagos de préstamos o créditos de largo plazo contratados por la empresa?					
8	¿La planificación financiera considera el impacto de la deuda de largo plazo en la liquidez operativa?					



Apéndice 3. Validación de instrumentos



Validación de instrumento

Opinión de experto

I. DATOS DEL EXPERTO

1. Apellidos y Nombres: MARIO HIPOLITO APAZA ROQUE
2. Cargo e institución donde labora: ESTUDIO CONTABLE
3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: ENCUESTA
4. Autor del instrumento: WILMER YASMARY FLORES CANAZA

II. PUNTOS DE VALIDACIÓN

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

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: FAVORABLE

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

90 %

Lugar y fecha: Juliaca, 12/05/2025

Nombres y apellidos: Mario Hipólito Apaza Roque
Grado Académico: Magister Scientiae
DNI N°: 02418919



Apéndice 4. Tratamiento de datos

	V1: Gestión de ventas								V2: Liquidez operativa								Sumas de Variables		Sumas de dimensiones			
	Planificación comercial				Estrategia de ventas				Flujo de caja				Obligaciones de pago									
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	VI	VD	DMS1	DMS2	DMS3	DMS4
1	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	2	5	1	3	3	27	24	13	14	12	12
2	5	4	3	3	3	1	4	4	2	4	5	4	3	2	4	4	27	28	15	12	15	13
3	3	2	2	3	3	1	5	3	4	3	3	2	3	1	3	3	22	22	10	12	12	10
4	2	3	2	3	2	1	2	2	5	2	1	3	2	2	1	2	17	18	10	7	11	7
5	3	3	3	2	5	2	5	3	2	3	2	5	2	2	3	4	26	23	11	15	12	11
6	3	3	4	4	3	2	5	3	3	2	1	3	1	3	2	3	27	18	14	13	9	9
7	4	5	4	4	5	5	3	3	4	3	2	2	4	3	3	4	33	25	17	16	11	14
8	3	2	3	2	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	1	3	28	26	10	18	16	10
9	3	3	3	1	5	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	25	26	10	15	13	13
10	4	3	4	3	3	3	3	4	5	3	3	4	4	5	5	5	27	34	14	13	15	19
11	3	1	3	3	2	5	4	3	5	4	4	3	3	4	5	1	24	29	10	14	16	13
12	2	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	20	20	10	10	10	10
13	5	5	1	5	5	4	4	5	4	5	4	5	1	5	4	5	34	33	16	18	18	15
14	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	36	34	17	19	17	17
15	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	37	38	20	17	19	19
16	5	5	2	5	2	5	5	4	5	5	3	4	3	4	5	5	33	34	17	16	17	17
17	5	5	5	2	1	1	4	5	4	5	2	5	3	5	4	5	28	33	17	11	16	17
18	5	4	5	5	4	4	4	5	4	3	5	5	4	4	4	3	36	32	19	17	17	15
19	4	3	3	4	3	3	5	3	4	3	5	4	4	3	4	3	28	30	14	14	16	14
20	3	2	3	3	2	3	3	2	1	1	3	3	2	5	2	3	21	20	11	10	8	12
21	5	5	2	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	34	38	17	17	20	18
22	3	4	4	3	4	2	2	5	4	3	4	3	4	3	4	2	27	27	14	13	14	13
23	4	4	1	4	4	4	3	1	1	5	3	5	3	4	5	5	25	31	13	12	14	17
24	4	3	4	3	1	3	3	4	5	3	3	4	4	5	4	5	25	33	14	11	15	18
25	3	1	3	1	3	5	4	3	4	4	5	3	3	3	5	1	23	28	8	15	16	12
26	2	3	3	2	3	2	3	1	2	1	2	3	2	2	3	3	19	18	10	9	8	10
27	3	2	4	4	2	2	5	3	3	2	1	3	1	3	2	3	25	18	13	12	9	9



ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

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

Formato digital ☒

Fecha de entrega: 27/01/2026

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: WILMER YASMARY FLORES CANAZA

Dirección: Jr. Puno #105

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 71133612

Teléfono: 931416796 email: wilflorescanaza@gmail.com

Nombres y Apellidos: _____

Dirección: _____

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: _____

Teléfono: _____ email: _____

Facultad y/o Escuela de Posgrado: CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

Escuela Profesional o Mención: CONTABILIDAD

Título o Grado Académico a optar: CONTADOR PÚBLICO

Asesor: Dr. JESUS MAMANI MAMANI

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación ☐ Tesis ☒ Trabajo de Suficiencia Profesional ☐ Trabajo Académico ☐

Título: GESTIÓN DE VENTAS Y LIQUIDEZ OPERATIVA EN LA SOCIEDAD MINERA
ACUMULACIÓN LOS ROSALES DE VILQUE, PUNO – 2024

Palabras claves, (3 a 5 términos): Gestión de ventas, liquidez operativa, Flujo de caja, Obligaciones de pago

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

2

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

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



2. Referencia de tesis:

☐ Bachiller ☒ Título ☐ 2da Especialidad ☐ Maestría ☐ Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

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

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

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

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

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

Autorizo su publicación (marque con una X)

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

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

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

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

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

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

- ☐ Sí autorizo
- ☒ No autorizo



Jurisdicción de su Licencia

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

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

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

☐ Internacional

☒ Nacional

Línea de investigación: CONTABILIDAD ECONÓMICA - P15

Firma de Autor



huella digital

27 – ENERO – 2026

Fecha