



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**NIVEL DE VENTAS DE LA ASOCIACIÓN DE SERVICIOS DE
LIMPIEZAS PROVINCIA DE SANTA ELENA ASOPROVI, PROVINCIA
DE SANTA ELENA, AÑO 2020**

**COMPONENTE PRÁCTICO DEL EXAMEN COMPLEXIVO PREVIO A
LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORA

REYES BAQUERIZO DAYSE ARIANA

PROFESORA GUÍA

ING. JESSICA SORAYA LINZÁN RODRÍGUEZ, MSc.

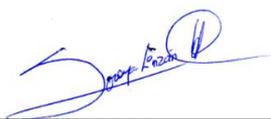
LA LIBERTAD – ECUADOR

2021

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En mi calidad de Profesor Guía del Ensayo titulado, “**NIVEL DE VENTAS DE LA ASOCIACIÓN DE SERVICIOS DE LIMPIEZA PROVINCIA DE SANTA ELENA ASOPROVI, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2020**”, elaborado por la señorita **REYES BAQUERIZO DAYSE ARIANA**, de la Carrera Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas, con la modalidad examen complejo, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,



Ing. Soraya Linzán Rodríguez. MSc.
PROFESOR GUÍA

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente trabajo de Titulación denominado “**NIVEL DE VENTAS DE LA ASOCIACIÓN DE SERVICIOS DE LIMPIEZAS PROVINCIA DE SANTA ELENA ASOPROVI, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2020**”, elaborado por la Srta. **REYES BAQUERIZO DAYSE ARIANA**, declaro que la concepción, análisis y resultados son netamente originales que aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa **Transferencia de los derechos autorales**. Declaro que, una vez aprobado el trabajo de investigación otorgado por la Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Administración de Empresas, pasan a tener los derechos autorales correspondientes, convirtiéndose exclusivamente propiedad de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y su reproducción total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibido en cualquier instancia.

Atentamente



REYES BAQUERIZO DAYSE ARIANA

C.I.: 2450793225

AGRADECIMIENTO

En primera instancia agradezco a Dios por haberme permitido cumplir mis objetivos deseados, por bendecirme siempre, a mis padres por haberme apoyado incondicionalmente en cada uno de los días en los que les he necesitado.

De igual forma agradezco a los docentes de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, por haber impartido los conocimientos necesarios para mi formación profesional, recibiendo también de su parte motivación, instrucción y valores, aportando al crecimiento personal y académico.

Le agradezco al personal directivo de la Asociación de Servicios de Limpieza Provincia de Santa Elena ASOPROVI, por permitir que el desarrollo de este trabajo de investigación se haya realizado de acuerdo a la información interna de la entidad, mismo que ha aportado para determinar los objetivos de este estudio.

Dayse Ariana Reyes Baquerizo

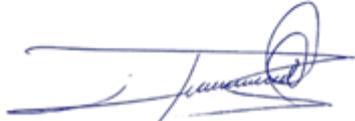
DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación con mucho cariño a todas las personas que me dieron ánimo, me ayudaron a seguir adelante profesionalmente, me incentivaron para que no desistiera de mis metas, en especial a mis padres por su apoyo incondicional, por brindarme sus mejores deseos y bendiciones.

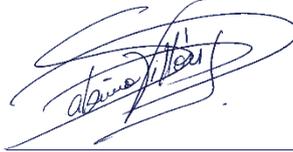
De la misma manera, a mis amigas que me motivaron a seguir adelante y lograr cumplir con el propósito de graduarme, por no dejarme vencer por cada adversidad que se me presentaron en momentos de incertidumbre en mi vida, a los docentes que impartieron sus enseñanzas en las aulas de clases.

Dayse Ariana Reyes Baquerizo

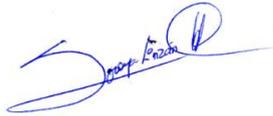
TRIBUNAL DE GRADO



Lic. José Xavier Tomalá U., MSc
**DIRECTOR (E) DE LA CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**



Ing. Sabina Villón Perero, Mgt.
**DOCENTE GUÍA DE LA
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**



Ing. Soraya Linzán R., MSc.
**DOCENTE TUTOR DE LA
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**



Ing. Manuel Serrano Luyo. MSc.
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
CARRERA ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS**

ÍNDICE

RESUMEN.....	8
ABSTRACT.....	9
INTRODUCCIÓN	10
DESARROLLO	13
BASES TEÓRICAS Y CONCEPTUALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	16
MATERIALES Y MÉTODOS	18
Métodos de investigación.....	20
Diseño de recolección de información.....	21
DIAGNÓSTICO	24
ANÁLISIS DE RESULTADOS	25
IDEA A DEFENDER	26
CONCLUSIONES	27
RECOMENDACIONES	28
Referencias.....	29
ANEXOS.....	30

**NIVEL DE VENTAS DE LA ASOCIACIÓN DE SERVICIOS DE
LIMPIEZA POVINIA DE SANTA ELENA ASOPROVI, PROVINCIA DE
SANTA ELENA, AÑO 2020**

RESUMEN

Actualmente el nivel de ventas de las empresas es el tema que más se ha requerido estudiar, por lo que es de mayor importancia para la organización, basado en conocer la afluencia de clientes que poseen las empresas, ya sea de empresas que vendan productos o artículos o empresas que brinden servicios al cliente.

Estas empresas a nivel nacional han estado siendo perjudicadas de alguna manera, una de estas es el manejo de las ventas, o en este caso al cumplimiento de los objetivos de nivel de ventas en la Asociación de Servicios de Limpieza Provincia de Santa Elena, para realizar este estudio se hizo una recolección y análisis de información de los socios del establecimiento.

Los factores que influyen en esta falencia son socioeconómico y sociales, de los cuales los ingresos y el rendimiento de la asociación se ve afectada al momento de registrar sus ventas para obtener resultados.

Palabras claves: Nivel de Ventas, Registros de Ventas y Inventarios.

ABSTRACT

Currently, the level of sales of companies is the subject that has been required to study the most, since it is of greater importance for the organization, based on knowing the influx of customers that companies have, either from companies that sell products or articles or companies that provide customer services.

These companies at the national level have been affected in some way, one of these is the management of sales, or in this case the fulfillment of the sales level objectives in the Santa Elena Province Cleaning Services Association, to carry out this. In the study, information was collected and analyzed from the establishment's partners.

The factors that influence this fallacy are socioeconomic and social, of which the income and performance of the association is affected when registering its sales to obtain results.

Keywords: Sales Level, Registry level and Inventory.

INTRODUCCIÓN

A nivel mundial, existen negocios que al paso del tiempo se han convertido en grandes compañías con carteras de clientes extensas, por esto, las personas se incentivan en ser individuos con mentalidad emprendedora, la causa más reconocida por la que nace un emprendedor a crear negocios es la inestabilidad económica en sus hogares, inestabilidad laboral entre otro, por lo que por fuerzas mayores estas personas crean sus microempresas.

Ecuador se ha destacado por ser uno de los países más emprendedores, esto ha hecho que existan diversos tipos de negocios dedicados a distintas acciones económicas, estos emprendimientos no sólo aportan financieramente a sus emprendedores, sino que también contribuyen al desarrollo del país en la aportación de tributos destinados al estado, del cual ayuda a mantener la situación económica del país.

En la Provincia de Santa Elena hay empresas y microempresas dedicadas a diferentes actividades económicas, una de estas es la Asociación de Servicios de Limpieza Provincia de Santa Elena, esta asociación se encarga de brindar servicios de limpieza a todo tipo de entidades, la problemática o falencia que se ha encontrado en esta asociación es que existen dudas si esta determinó objetivos en los niveles de ventas en los que haya un tiempo fijo para cumplirlos.

Planteamiento del problema

En general las empresas al crearse y constitucionalizarse establecen políticas, reglas y normas de las que se deben cumplir para poder tener un control de las actividades que se realizan dentro de las organizaciones, es por esto que además de estas se determinan objetivos alcanzables de los cuales ayudan al desarrollo de las empresas, en el que las estas entidades deberían así mismo estipular objetivos para controlar los niveles de ventas de los negocios existentes en el mercado.

Los niveles de ventas de las empresas de la Provincia de Santa Elena con poco tiempo en el mercado poseen escasos conocimientos de los procesos que debería contar una entidad dedicada a las actividades económicas, en las que se le dificulta controlar las metas a las que desean llegar financieramente a futuro, estas no sólo les ayudarían a controlar sus objetivos, sino que también a proyectarse como futuras empresas que podrían exportar los productos o servicios que ofrecen.

Actualmente, se conoce que el nivel de ventas de la Asociación de Servicios de Limpieza Provincia de Santa Elena ASOPROVI no es tan alentadoras para el progreso y desarrollo de la misma, por lo que el objetivo principal de este trabajo es conocer, analizar si esta entidad cuenta con objetivos planteados directamente al control de los niveles de ventas, en el que se llevaría a cabo aplicar un instrumento de investigación, del cual estará dirigidas a los socios de esta organización.

Otro de los aspectos de esta investigación es que se necesita conocer en qué periodo de tiempo la asociación realiza los controles de inventario de existencias dentro de la organización esto aportaría a la optimización de recursos, también conocer si cuenta con proyecciones de propósitos de ventas, mismas que ayudarían a lograr los niveles de ventas deseados de toda organización existente en el mercado.

Formulación del problema de investigación

¿Cuáles son los posibles factores que afectan el nivel de ventas en la Asociación de Servicios de Limpieza Provincia de Santa Elena “ASOPROVI”, provincia de Santa Elena, año 2020?

Sistematización del problema de investigación

¿La asociación ASOPROVI posee medidas de control de las actividades dentro de la organización?

¿Cómo se desarrollan los objetivos de nivel de ventas en la asociación ASOPROVI?

¿De qué manera influyen los registros de ventas en el desarrollo de las actividades de la asociación?

Objetivos de la investigación

Objetivo general

Analizar el nivel de ventas de la Asociación de Servicios de Limpieza Provincia de Santa Elena ASOPROVI, Provincia de Santa Elena, año 2020.

Objetivos específicos

- ✓ Analizar las medidas de control de las actividades.
- ✓ Determinar los objetivos de las ventas.
- ✓ Identificar los registros de ventas.

DESARROLLO

ANTECEDENTES DE LA INESTIGACIÓN

Para llevar a cabo el estudio de Nivel de Ventas de la Asociación de Servicios de Limpieza Provincia de Santa Elena “ASOPROVI”

“El merchandising y su incidencia en el nivel de ventas en los supermercados de la ciudad de San Gabriel, cantón Montúfar” relata que las ventas es otra forma de acceso al mercado para muchas empresas, cuyo objetivo, es vender lo que hacen en lugar de hacer lo que el mercado desea, es decir, que una empresa se dedica a vender sin tener en cuenta las necesidades del cliente, conceptos como éste actualmente han sido remplazados por unos que se orientan hacia el cliente y la satisfacción. (Kotler, 2006)

Las ventas en una organización que se dedica a una actividad económica es lo más importante por lo que brinda los productos y servicios para satisfacer a los clientes, por esto es que las empresas deben estar en un mercado totalmente adaptable al negocio en el que se está centrando para que los productos que se ofrece tengan la aceptación del mercado.

El “Plan de Ventas para optimizar la comercialización en la empresa Equiservisa S. A. en Guayaquil” dice que el plan de ventas fortalecerá al equipo en sí, a restaurar procesos y manuales con esto se determina con mayor certeza cuál será dicho pronóstico de ventas, lo cual resulta vital para cualquier empresa, a fin de que logre sus metas incrementales de volúmenes de venta y de ganancias, lo cual ayudará la elaboración de estrategias competitivas logrando así un máximo retorno de inversión en las actividades de comercialización. (Chase, 2013)

Las empresas en general deberían contar con un plan de ventas dentro de su organización establecidos desde que se ha creado la entidad, para que tengan un control en sus ventas, teniendo objetivos de ventas, es decir, cumplir con un número en específico para cada mes o para el periodo que sea asignado por los directivos a futuro.

Las “Estrategias de Marketing y su impacto en el nivel de ventas del restaurante de comida rápida WINGS-LAB de la ciudad de Portoviejo” dice que la mejor manera de vender un producto o servicio es mediante la negociación; en todas las negociaciones se conforman intereses de dos partes que en cuestiones comerciales son vendedor y comprador, pero ¿Cuándo es necesario negociar?, cuando otra persona o personas tienen intereses distintos. (Navarro Mejía, 2012)

Los niveles de ventas de las grandes empresas se basan en algunos aspectos, entre ellos están los más importantes como lo son la atención al cliente, la calidad del servicio o producto que se ofrece y la forma de hacer que se vendan y distribuyan estos, por lo que el marketing va de la mano con el nivel de ventas que toda empresa se proyecta, por lo que se si se desea que el producto o servicio tenga prestigio en el mercado, la idea a vender a los clientes debe ser pulcro.

La “Atención al cliente y su influencia en el nivel de ventas de la ferretería Solano E.I.R.L en el primer semestre del 2016 del Distrito de Trujillo” que ventas es una función que forma parte del proceso sistemático de la mercadotecnia y la definen como “toda actividad que genera en los clientes el último impulso hacia el intercambio”. (Fischer & Espejo, 2003)

El nivel de ventas está vinculado parcialmente con la atención que se le brinda al cliente al momento de vender u ofrecer los productos o servicios al mercado. Es por esto que la mayoría de las empresas cuidan su perfil de servicio al cliente en cada venta que realicen así sea nacional o internacionalmente por lo que es uno de los aspectos más importantes en la apariencia de las empresas en el mercado.

En el artículo científico “Sistema de Control de Gestión y de Medición del desempeño” determina que el diseño de los sistemas de control de gestión supone una planeación orientada hacia el logro de resultados exitosos por parte de la organización. Para tal efecto, las organizaciones pueden optar ya sea por la innovación, o bien por la imitación de los sistemas de control de gestión de otras organizaciones exitosas. La primera alternativa considera un diseño basado en un proceso dinámico, influenciado por la resistencia y las presiones del entorno, tanto

externas como internas. La segunda opción se fundamenta en un isomorfismo a partir de la imitación de las mejores prácticas corporativas de organizaciones exitosas. (Hernández Madrigal, 2017)

Los sistemas de control de gestión están orientadas a determinar acciones o procesos de los cuales las empresas que las adopten deben seguirlas con flexibilidad al cambio, para que estas logren observar cambios al paso del tiempo, es por esto que las empresas deben ser conscientes que los cambios que se realizan dan “frutos” a largo plazo, deberán ser perseverantes en todo momento.

En el proyecto “Registro de Ventas y Compras electrónicos y su incidencia en los estados financieros de la empresa SERVICES CORPORATION SAC – Huánuco, Perú 2018” determina que el registro de ventas e ingresos es un libro auxiliar en el que se anotan en orden cronológico y correlativo, todos los comprobantes de pago que emita una empresa en el desarrollo de sus operaciones. (González, 2010)

Los registros de las ventas en cada una de las empresas influyen de manera significativa financieramente, por lo que estos registros reflejaran las posibles anomalías existentes dentro de una organización, en las que serían de gran ayuda al momento de la toma de decisiones, para realizar los debidos procedimientos en los ajustes económicos dentro de la organización o departamento afectado.

La “Influencia de la calidad del servicio al cliente en el nivel de ventas de tiendas de cadenas Claro TOTTUS – Mall, de la ciudad de Trujillo” define a las ventas como: “el proceso personal o impersonal por el que el vendedor comprueba, activa y satisface las necesidades del comprador para el mutuo y continuo beneficio de ambos (del vendedor y el comprador)”. (Vela Mori & Zavaleta Cuevas, 2014)

La calidad de servicio que se brinda al cliente está ligada al nivel de ventas de cada empresa, es uno de los factores que un cliente observa al momento de realizar una compra, es debido a esto que empresas que tienen poco tiempo dentro del mercado económico, se ven obligados a cerrar, por la mala atención al cliente brindado, este no regresa a la entidad y va dando una mala perspectiva a otras personas que pudieron ser posibles clientes.

La “Gestión de compras e inventarios a partir de pronósticos Holt – Winters y diferenciación de nivel de servicio por clasificación ABC” definen que los pronósticos de ventas pasan a ser una importante fuente de información para prever la demanda de la forma más realista posible. La aleatoriedad propia de la mayoría de los mercados puede reproducirse por modelos probabilísticos que tienen mejores posibilidades de implementación informática que antaño. (Arango Marín, Castrillón Gómez, & Giraldo García, 2013)

A partir que en una empresa cuenta con un sistema de registro de ventas y de inventarios, esta puede determinar proyecciones y pronósticos de acuerdo a los resultados ya obtenidos anteriormente por los administradores y contadores de los establecimientos para así llegar a un consenso y llevar a cabo la toma de decisiones.

BASES TEÓRICAS Y CONCEPTUALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Según (Molina, 2015) manifiesta que:

El inventario es el conjunto de mercancías o artículos que tiene la empresa para comerciar, permitiendo la compra y venta o la fabricación antes de venderlos, en un período económico determinado. Deben aparecer en el Banco General en el grupo de activos circulante, el inventario trata de manera general, los activos mayores en el balance general, y los egresos por gastos de inventarios, conocidos como costo de mercaderías vendidas, mismas que realmente son el mayor gasto en el Estado de Resultados Integrales. (pág. 31 – 32)

El inventario consiste en una agrupación de los bienes que posee una empresa u organización es decir es una redacción detallada y de manera ordenada y específica que forman el patrimonio de la organización, actualmente el inventario se lo realiza en bases de datos, el cual consiste en que se enlistan cuentas dependiendo su naturaleza con la finalidad de llevar un control de los movimientos y actividades que realiza y conocer el estado actual de la misma, para que de esta manera la toma de decisiones sea favorable y en beneficio de la empresa.

De acuerdo a (Molina, 2015) considera que:

Cuando la entidad opera un sistema de inventario perpetuo que se usa para determinar el balance del fin de periodo, el auditor deberá evaluar si, mediante el desempeño de procedimientos adicionales, se comprenden las razones para cualesquiera diferencias significativas entre el conteo físico y los registros de inventario perpetuo, y si los registros son ajustados apropiadamente. (pág. 28)

El inventario perpetuo consiste en el registro de forma continuo y diaria los productos o artículos que productos que posee la empresa, este se desarrolla con la finalidad de conocer el inventario con el que se cuenta, y de fácil acceso cuando se requiere información en cualquier momento de tal manera que se pueda ubicada cuando la necesiten.

Los autores (Salas Navarro, Maigues Mejía, & Acevedo Chadid, 2017) determinaron que:

La Metodología de Gestión de Inventarios comprende los pasos lógicos que permite medir los niveles de integración y colaboración en una cadena de suministro, de tal manera que se generen políticas y estrategias conjuntas para mejorar el desempeño de los actores en la cadena. Dicha metodología incluye cinco pasos:

- 1) Definición de políticas para la integración y colaboración.**
- 2) Planificación colaborativa.**
- 3) Integración de procesos claves y críticos.**
- 4) Medición del desempeño.**
- 5) Elaboración de planes de acción.**

Lo que permitieron implementar una estrategia de integración y colaboración en la planificación de la cadena de suministro bajo un enfoque de mejoramiento continuo.

La gestión de inventario consiste en un proceso lógico o secuencial e integrado de actividades conjuntas de la administración correcta del registro, la compra, y la salida de inventario que ejecuta una organización. El cual mide el desempeño de sus colaboradores con respecto al objetivo organizacional.

Según (Céspedes Trujillo, Jimenez Figueredo, Pérez Mayedo, & Pérez Molina, 2007) menciona que:

Un sistema de inventario puede controlarse de dos formas:

- 1. Revisión periódica:** se revisa el nivel de inventario de determinados productos cada cierto período fijo de tiempo y de acuerdo con la cantidad disponible se hará o no una nueva solicitud.
- 2. Revisión continua o por cantidad fija:** se establece un nivel mínimo de inventario, y en cualquier instante en que el número de unidades en inventario llegue a ese nivel mínimo, se realiza un nuevo pedido.

La revisión periódica del inventario consiste en la realiza a través de la revisión en un periodo de tiempo determinado. Comúnmente se lo utiliza para una prevención periódica que le permita a la empresa garantizar las actividades. Y la revisión continua se lo utiliza como un sistema de reasignación de valores o conteo cada que un producto cada que estos salen del inventario permanente.

MATERIALES Y MÉTODOS

Tipo de investigación

Investigación Exploratorio

La investigación exploratoria según (Bautista Lucio, Fernández Collado, & Hernández Sampieri, 2014) se refiere a los estudios exploratorios, recalando que se utilizan cuando el objetivo radica en explorar un contenido poco trabajado o novedoso, en el cual posee diversas incertidumbres o no se ha empezado antes a

analizar. Este tipo de investigación aportó un enfoque en la recopilación de información del tema a estudiar, por lo que ayudó a conocer las debilidades de la asociación en los registros y pronósticos de sus ventas, con ello se determinó las posibles soluciones que se llevarían a implementar dentro del estudio. La investigación exploratoria nos brinda una visión más amplia acerca de del tema que se está llevando a cabo en esta investigación, la cual se determina que nos ayuda a identificar las falencias o potencialidades que posee la asociación ASOPROVI estos estudios exploratorios son de mucha ayuda la operación del fenómeno que se está estudiando.

Enfoque de investigación

Enfoque Cuantitativo

Para (Bautista Lucio, Fernández Collado, & Hernández Sampieri, 2014) el enfoque cuantitativo maneja la recopilación de información para tratar hipótesis basados en la comprobación numérica y el estudio estadístico, así estableciendo patrones de comportamiento y comprobar teorías. Es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar” o eludir pasos. El orden es riguroso, aunque desde luego, podemos redefinir alguna fase. Este enfoque fue de gran importancia en la investigación, por lo que aportó de manera significativa en la recopilación de información en base al instrumento de investigación que se realizó a los socios de la Asociación de Servicios de Limpieza Provincia de Santa Elena.

Enfoque Cualitativo

Según (Bautista Lucio, Fernández Collado, & Hernández Sampieri, 2014) el enfoque cualitativo recurre a la recaudación y examinación de los datos para ajustar las interrogantes de investigación o conocer nuevas interrogantes en el transcurso de la interpretación de resultados. Estas se direccionan por sitios o argumentos específicos de un estudio. Aunque, en la ejecución y análisis de las consultas de investigación y suposiciones prefije a la recopilación y el estudio de los datos obtenidos.

Modalidad de investigación

Investigación de Campo

La investigación de campo según (Martins Pestana & Palella Stracuzzi, 2012) trata en la recopilación de informaciones concisamente del entorno donde acontecen los hechos, sin maniobrar o intervenir en las inconstantes, trabaja en los anómalos sociales en su contexto nativo. Esta investigación aportó de gran forma en la recopilación de información en este estudio investigativo por lo que se llevó a cabo un instrumento de investigación a los socios de la Asociación de Servicios de Limpieza Provincia de Santa Elena ASOPROVI.

Investigación bibliográfica o documental

Para (Martins Pestana & Palella Stracuzzi, 2012) la investigación bibliográfica o documental se concreta exclusivamente en la recopilación de información en diversas fuentes. Indaga sobre un tema en documentos, escritos u orales; uno de los ejemplos más típicos de este tipo de investigación son las obras de historia. Esta investigación ayudó de manera positiva a esta investigación porque se recopiló información de libros de suma importancia, con sus respectivas definiciones de acuerdo a las opiniones de cada uno de los autores citados.

Métodos de investigación

Método Deductivo

Según (Martins Pestana & Palella Stracuzzi, 2012) el método deductivo está basado en la descomposición del todo en sus partes. Van de lo general a lo particular y se caracterizan porque contienen un análisis. Parten de generalizaciones ya establecidas, de reglas, leyes o principios destinados a resolver problemas particulares o a efectuar demostraciones con algunos ejemplos. Este método tiene un curso descendente en el que se analiza o descompone de lo general a lo particular.

Método Analítico

Para (Martins Pestana & Palella Stracuzzi, 2012) el método analítico se oriente a estudiar la relación entre una posible causa (factor de estudio) y un efecto (criterio

de evaluación). La dimensión de esta relación se anticipa a través de las hipótesis, las cuales resultan imprescindibles en investigaciones que planteen este tipo de objetivos. En este método se realiza un estudio de pros y contras de un determinado problema del cual se lleva a cabo un análisis a fondo de estos para llegar a diferentes soluciones posibles.

Método Inductivo

El método Inductivo para (Martins Pestana & Palella Stracuzzi, 2012) aluden a aquellos procedimientos que van de lo simple a lo compuesto, es decir, de las partes al todo. Se caracterizan porque incluyen una síntesis. Consisten en la recopilación de varios datos y la observación de suficientes hechos referidos a un problema en particular. Este método necesita de la recolección de información para poder analizar o describir un tema en general, es decir, tiene un curso ascendente en los procesos de descomposición.

Diseño de recolección de información

Fuentes e instrumentos

Encuesta

La encuesta según (Bautista Lucio, Fernández Collado, & Hernández Sampieri, 2014) considera que es más personal puede ser cualitativa y cuantitativa. Se define como un cuestionario de preguntas abiertas o cerradas, se intercambia información entre una persona (el encuestador) y otra (el encuestado). En el último caso podría ser tal vez un grupo pequeño de personas o un equipo de trabajo.

El instrumento que se utilizó para recopilar información es la encuesta esta estuvo dirigida a los socios de la Asociación de Servicios de Limpieza Provincia de Santa Elena, misma que fue suficiente para que de los datos obtenidos se pueda alcanzar resultados deseados.

Entrevista

La entrevista según (Bautista Lucio, Fernández Collado, & Hernández Sampieri, 2014) considera que es más íntima, flexible y abierta que la cuantitativa. Se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados). En el último caso podría ser tal vez una pareja o un grupo pequeño como una familia o un equipo de manufactura.

La entrevista es estructurada para la recolección de datos de un estudio de investigación con el propósito de ayudar a entender al cliente, medir el grado de un tema en específico tanto del entrevistado como el entrevistador, se formula las preguntas planteadas y el entrevistado le corresponde a contestar en un dialogo completamente abierto.

Recolección de la información

Población

Según (López Zubieta, 2002) determina que la población es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación. “El universo o población puede estar constituido por personas, animales, registros médicos, los nacimientos, las muestras de laboratorio, los accidentes viales entre otros”. (PINEDA et al 1994:108) En nuestro campo pueden ser artículos de prensa, editoriales, películas, videos, novelas, series de televisión, programas radiales y por supuesto personas.

La población de esta investigación de estudio son los socios de la Asociación de Servicios de Limpieza Provincia de Santa Elena, ubicada en el Cantón Santa Elena, en la Provincia de Santa Elena, esta es la población que se tomó en cuenta para recibir información sobre los niveles de ventas dentro de la organización por lo que son datos que sólo la asociación cuenta.

Muestra

Según (López Zubieta, 2002) la muestra es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Haya procedimientos para

obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros que veremos más adelante. La muestra es una parte representativa de la población.

La muestra de esta investigación fue determinada en base a la población que posee la Asociación de Servicios de Limpieza Provincia de Santa Elena, esta sólo se tomó en cuenta a diez socios de los cuales se logró contactar, con lo que se obtuvo información necesaria para llevar a cabo este estudio sobre la asociación.

Diseño de muestreo

Muestreo No Probabilístico

El diseño de muestreo de esta investigación es No Probabilística, por lo que según (Bautista Lucio, Fernández Collado, & Hernández Sampieri, 2014) determina que la muestra no probabilística o dirigida son subgrupos de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las características de la investigación. Por lo tanto, este diseño de muestreo se basa en analizar las causas de las posibles falencias que posee una entidad o un tema de estudio, en el cual la asociación ASOPROVI cuenta con 12 socios en el que la muestra de este estudio es de 10 socios a los cuales se les procederá a realizar las entrevistas.

TOTAL DE SOCIOS	MUESTREO
12 SOCIOS	10 SOCIOS

DIAGNÓSTICO

La situación actual de la asociación de Servicios de Limpiezas Provincia de Santa Elena “ASOPROVI” es que de acuerdo a los análisis de los resultados del instrumento de recolección de datos obtenidos tenemos que:

- ❖ La asociación estableció sus objetivos para controlar sus niveles de ventas, estas les permitirían supervisar los movimientos de los ingresos, del cual sería aporte a las tomas de decisiones en la organización por parte de los socios que pertenecen a esta entidad que se dedica a brindar servicios de limpieza a nivel de la Provincia de Santa Elena.
- ❖ Dentro de la asociación existen propósitos de ventas, estas aportan de manera positiva a los objetivos planteados al inicio del funcionamiento de la Asociación de Servicios de Limpiezas Provincia de Santa Elena, estos no se han tomado en cuenta para que se pueda llevar a cabo el cumplimiento de los objetivos de nivel de venta de la misma.
- ❖ De la misma manera, cuenta con un registro de las vetas que se realizan en la asociación, estos registros según las respuestas que obtuvimos de los socios en el instrumento de investigación la frecuencia que tomó relevancia es “A veces”, esto quiere decir que para la organización no es tan importante el registro de las mismas, por lo que esto es una irregularidad al momento de tomar decisiones en la asociación.
- ❖ También, se lleva un control de inventario, estos se realizan semestralmente, estos inventarios ayudan a la entidad a tener una supervisión de las existencias de los insumos que posee la asociación, este factor de gran importancia por lo que se toma en cuenta en la inversión de cada periodo asignado por los socios, ayuda a conservar y optimizar los recursos que esta posee.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Los resultados que se obtuvieron en el instrumento de investigación realizado a los socios de la Asociación de Servicios de Limpieza Provincia de Santa Elena son:

Según los datos que se aprecian en la gráfica del total de los encuestados de la asociación el 80% manifestó que el nivel de ventas en la asociación es Bueno siendo este el porcentaje más alto, mientras que el 20% indicó que el nivel de ventas del establecimiento es Regular.

En el resultado de esta gráfica se observa que los encuestados de la asociación en un 80% respondieron que, si existen objetivos de nivel de ventas planteadas siendo esta una respuesta aceptable, mientras que un 20% de las personas indicaron que no se han planteado dichos objetivos, siendo este un indicador que requiere de atención.

En la gráfica se observa que el 60% del total de los encuestados de la asociación respondieron que Casi Siempre existe el cumplimiento de los objetivos de nivel de ventas, es decir, la mayoría de los encuetados indicaron favorablemente, pero fue un 40% restante manifestaron que a veces existe dicho cumplimiento.

En la gráfica se indica que el 99% de los socios encuestados respondieron que la asociación ASOPROVI si posee registro de ventas, en el que son de gran importancia la existencia de estos, de tal manera que le permite tener un mejor control de sus bienes.

En la gráfica se observa que el 80% del total de los socios encuestados indicaron que a veces mantienen un inventario de servicio en la Asociación de Servicios de Limpieza Provincia de Santa Elena ASOPROVI; mientras que el 20% respondieron que Casi Siempre mantienen un inventario, lo que determina que la organización mantiene un inventario.

En la gráfica se observa que los encuestados de la asociación un 40% respondieron que el periodo de tiempo que realizan un inventario es de manera semestral, seguido

por un 30% que manifiesta que se realiza mensualmente, aunque los inventarios se deberían realizar periódicamente así mismo que sean constante por alguna anomalía existente.

En la gráfica se observa que en un alto porcentaje de 80% de las personas que realizaron la encuesta respondieron que Si existe un propósito de ventas dentro de la Asociación de Servicios de Limpieza Provincia de Santa Elena ASOPROVI; mientras que el 20% restante indicaron que No existe dicho propósito en la organización.

IDEA A DEFENDER

La idea a defender de esta investigación es de analizar los objetivos de nivel de ventas, para saber cuál es el motivo de qué los socios se encuentran parcialmente de acuerdo con los resultados de las ventas que se han obtenido, estos se conocen a través de los datos adquiridos de acuerdo al instrumento de investigación que se utilizó, dirigidos al personal administrativo de la Asociación de Servicios de Limpieza Provincia de Santa Elena.

Por lo que se sugiere que acorde a los objetivos establecidos en la asociación se tome en cuenta que estos deben ser, alcanzables, medibles, y que se lleve a cabo en un tiempo determinado, estos los deben estipular los socios como personal administrativo de esta entidad, con estos factores se deben obtener ganancias y se debe optimizar los recursos que la asociación posee.

El personal administrativo de la Asociación de Servicios de Limpieza Provincia de Santa Elena debe determinar la supervisión constante del control de las actividades que se llevan a cabo en la empresa, el control de inventario de insumo que esta posee y los registros de las ventas realizadas en cada periodo de tiempo de la asociación.

CONCLUSIONES

- En la Asociación de Servicios de Limpieza Provincia de Santa Elena cuenta con objetivos de niveles de ventas, pero no todos los socios tienen conocimiento de cuáles son los objetivos que han sido planteados, mismos que tampoco conocen el pronóstico de las ventas que la asociación ha establecido.
- Debido a que no se lleva un control determinado de los registros de los cumplimientos de los objetivos de los niveles de ventas de la Asociación de Servicios de Limpieza Provincia de Santa Elena ASOPROVI, los socios de esta carecen de conocimiento durante en qué periodo se llevan a cabo.
- En la Asociación de Servicios de Limpieza Provincia de Santa Elena se realizan inventarios de manera desorganizada por lo que esto conlleva a que los socios no tengan los conocimientos suficientes de los respectivos registros de inventarios que se hayan realizado en periodos anteriores y actualmente.

RECOMENDACIONES

- ✓ Hacer conocer a todos los socios por igual la existencia de los objetivos de niveles de ventas para que todos ellos estén al corriente de estos y así la Asociación de Servicios de Limpieza Provincia de Santa Elena ASOPROVI logre alcanzar dichos objetivos planteados, así mismo dar a conocer cuáles son los pronósticos de las ventas proyectados.

- ✓ Que la Asociación de Servicios de Limpieza Provincia de Santa Elena ASOPROVI realice periódicamente un registro de cumplimiento de los objetivos de niveles de ventas, determinando fechas o periodos específicos en los que se lleve a cabo estos registros, estableciendo así mismo un control de estos.

- ✓ Dar a conocer a los socios de la Asociación de Servicios de Limpieza Provincia de Santa Elena que existe un periodo de tiempo determinado para llevar a cabo un inventario dentro de la organización, estos inventarios deben realizarse periódicamente y con un control riguroso del cual se logre captar las falencias que puedan tener como organización en la optimización de recursos.

Referencias

- Arango Marín, J., Castrillón Gómez, O., & Giraldo García, J. (2013). Gestión de compras e inventarios a partir de pronósticos Holt-Winters y su diferenciación de nivel de servicio por clasificación ABC. *Scientia et Technica*, 743 - 744.
- Bautista Lucio, P., Fernández Collado, C., & Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Céspedes Trujillo, N., Jimenez Figueredo, F. E., Pérez Mayedo, Y., & Pérez Molina, L. (2007). *La administración de los inventarios en el marco de la administración financiera a corto plazo*.
- Chase. (2013). *Plan de Ventas para optimizar la comercialización en la empresa equiservisa S. A. en Guayaquil*. 38.
- Fischer, L., & Espejo, J. (2003). *Mercadotécnica*. México: Mc Graw Hill.
- González, R. (2010). *Integración Contable*. Perú: Universidad Peruana de los Andes.
- Hernández Madrigal, M. (2017). Sistema de Control de Gestión y de Medición del Desempeño. *Redalyc.org*, 11 - 124.
- Kotler, P. (2006). *Dirección de Marketing*. México: Educación de México S. A.
- López Zubieta, P. L. (2002). Población Muestra y Muestreo. *Punto Cero N° 8*.
- Martins Pestana, F., & Palella Stracuzzi, S. (2012). *Metodología de la Investigación*. Caracas: FEDUPEL.
- Molina, D. (2015). *Gestión de Inventarios: una herramienta útil para mejorar la rentabilidad*.
- Navarro Mejía, M. (2012). Técnicas de Ventas. En M. Navarro Mejía, *Técnicas de Ventas* (págs. 34 - 50). Estado de México: Red Tercer Milenio S. C.
- Salas Navarro, K., Maigues Mejía, H., & Acevedo Chadid, J. (2017). *Metodología de Gestión de Inventarios para determinar los niveles de integración y colaboración en una cadena de suministro*. Barranquilla: IngenareRevista Chilena de Ingeniería.
- Vela Mori, R., & Zavaleta Cuevas, L. (2014). *Influencia de la calidad del servicio al cliente en el nivel de ventas de tiendas de cadenas CLARO TOTTUS*. Trujillo.

ANEXOS

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS SOCIOS DE LA ASOCIACIÓN DE SERVICIOS DE LIMPIEZA PROVINCIA DE SANTA ELENA “ASOPROVI”



UNIVERSIDAD ESTADAL PEÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESTUDIO IM-CSHYISAC 2002 ADE 2018 – 2

TEMA: NIVEL DE VENTAS DE LA ASOCIACIÓN DE SERVICIOS DE LIMPIEZA PROVINCIA DE SANTA ELENA “ASOPROVI”, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2020.

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS SOCIOS

OBJETIVO DE LA ENTREVISTA: Conocer el nivel de ventas de la Asociación de Servicios de Limpieza Provincia de Santa Elena “ASOPROVI”, Provincia de Santa Elena.

Datos generales:

Género:

Masculino

Femenino

Edad:

18 a 27 años

28 a 37 años

38 a 47 años

48 años en adelante

INSTRUCCIONES: Conteste las interrogantes de acuerdo a la información solicitada:

1. ¿Cómo considera el nivel de ventas de la Asociación de Servicios de Limpieza Provincia de Santa Elena “ASOPROVI”?

EXCELENTE	<input type="checkbox"/>
BUENO	<input type="checkbox"/>
REGULAR	<input type="checkbox"/>

2. ¿La asociación se ha planteado objetivos de nivel de ventas?

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

3. ¿Existe el cumplimiento de los objetivos de nivel de ventas?

SIEMPRE	<input type="checkbox"/>
CASI SIEMPRE	<input type="checkbox"/>
A VECES	<input type="checkbox"/>
CASI NUNCA	<input type="checkbox"/>
NUNCA	<input type="checkbox"/>

4. ¿Poseen registro de las ventas en la Asociación ASOPROVI?

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

5. ¿Mantienen un inventario del servicio que brinda la Asociación ASOPROVI?

SIEMPRE	<input type="checkbox"/>
CASI SIEMPRE	<input type="checkbox"/>
A VECES	<input type="checkbox"/>
CASI NUNCA	<input type="checkbox"/>
NUNCA	<input type="checkbox"/>

6. ¿En qué periodo conoce usted que se realiza un inventario en la asociación?

MENSUAL

TRIMESTRAL

SEMESTRAL

ANUAL

OTRO: _____

7. ¿Existe un pronóstico de ventas en la asociación ASOPROVI?

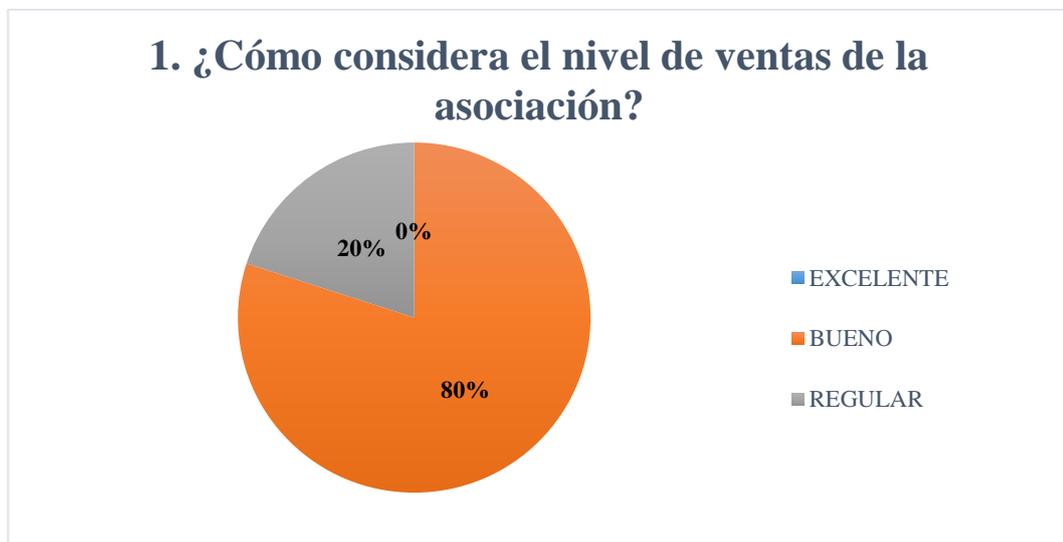
SI

NO

TABULACIONES DE LAS ENCUESTAS

1. ¿Cómo considera el nivel de ventas de la asociación?

CRITERIO	TOTAL	%
EXCELENTE	0	0%
BUENO	8	80%
REGULAR	2	20%
	10	100%



2. ¿La asociación se ha planteado objetivos de nivel de ventas?

CRITERIO	TOTAL	%
SI	8	80%
NO	2	20%
	10	100%



3. ¿Existe el cumplimiento de los objetivos de nivel de ventas?

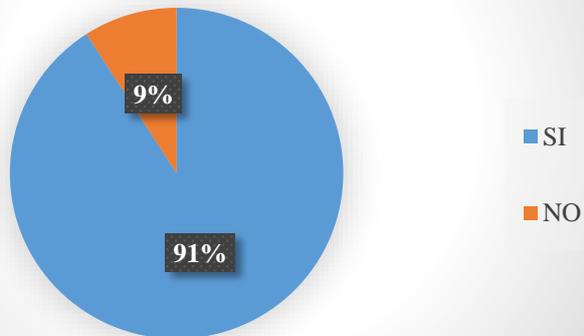
CRITERIO	TOTAL	%
SIEMPRE	0	0%
CASI SIEMPRE	4	40%
A VECES	6	60%
CASI NUNCA	0	0%
NUNCA	0	0%
	10	100%



4. ¿Posee registro de las ventas en la asociación ASOPROVI?

CRITERIO	TOTAL	%
SI	10	100%
NO	0	0%
	10	100%

4. ¿Poseen registro de las ventas en la Asociación ASOPROVI?



5. ¿Mantiene un inventario de servicio que brinda la asociación ASOPROVI?

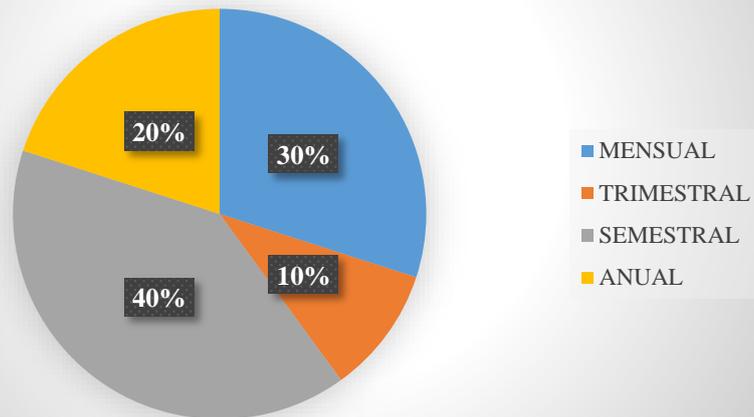
CRITERIO	TOTAL	%
SIEMPRE	0	0%
CASI SIEMPRE	2	20%
A VECES	8	80%
CASI NUNCA	0	0%
NUNCA	0	0%
	10	100%



6. ¿En qué periodo conoce usted que se realiza un inventario en la asociación?

CRITERIO	TOTAL	%
MENSUAL	3	30%
TRIMESTRAL	1	10%
SEMESTRAL	4	40%
ANUAL	2	20%
	10	100%

6. ¿En qué periodo conoce usted que se realiza un inventario en la asociación?

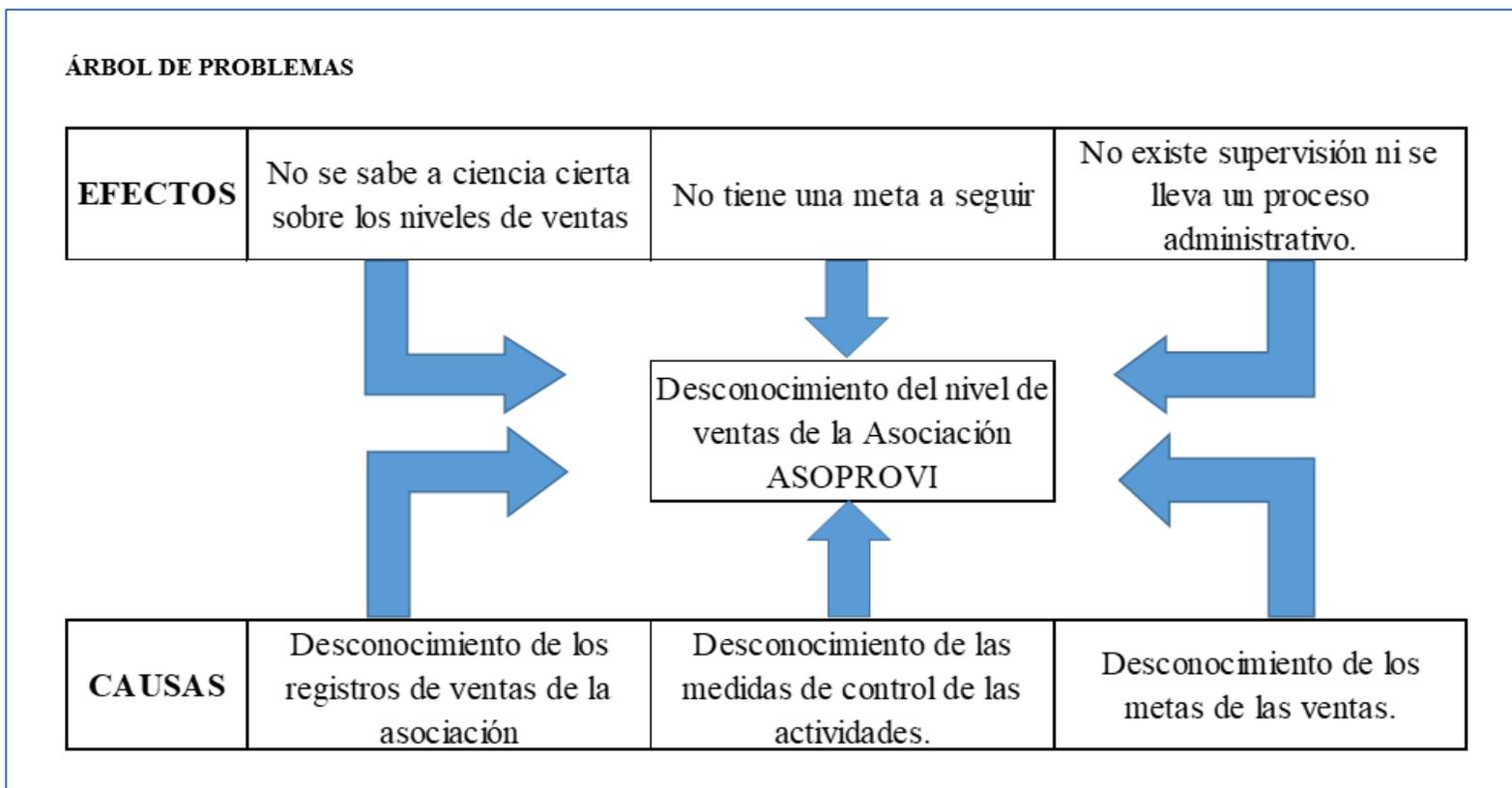


7. ¿Existe un propósito de ventas en la asociación ASOPROVI?

CRITERIO	TOTAL	%
SI	8	80%
NO	2	20%
	10	100%



ÁRBOL DE PROBLEMAS



CONCEPTUALIZACIÓN DE LA VARIABLE

CONCEPTUALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

TEMA:

NIVEL DE VENTAS DE LA ASOCIACIÓN "ASOPROVI"
PROVINCIA DE SANTA ELENA 2020

CONCEPTUALIZACIÓN	
El volumen de tus ventas es la cantidad total de bienes, productos o ideas vendidas dentro de un marco temporal dado, usualmente 12 meses.	1
El volumen de ventas es la cantidad o número de productos o servicios vendidos en las operaciones normales de una compañía en un período específico. Esta cifra es supervisada por los inversionistas para ver si un negocio se está expandiendo o se está contrayendo.	2
El Volumen de Ventas es el encargado de medir todos los ingresos que ha tenido una empresa tras llevar a cabo una actividad determinada durante un periodo concreto.	3

ÁRBOL DE OBJETIVOS



OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEM	ESCALA	INSTRUMENTO
VOLUMEN DE VENTAS	El volumen de ventas es la cantidad o número de productos o servicios vendidos en las operaciones normales de una compañía en un período específico. Esta cifra es supervisada por los inversionistas para ver si un negocio se está expandiendo o se está contrayendo.	Número de servicios vendidos	Inventarios de servicio.	¿Poseen registro de las ventas?		Observación
		Operaciones normales	Registro de ventas.	¿Mantienen un inventario de servicio?		Observación
		Metas de ventas	Pronóstico de ventas.	¿Existe un pronóstico de ventas en la asociación?		Observación