



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA**

**PROCESO DE TITULACIÓN**

**NOVIEMBRE 2020 -MAYO 2021**

**EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA DE PRUEBA  
PRÁCTICA**

**INGENIERÍA COMERCIAL**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA:**

**“NIVELES DE VENTAS EN LA HELADERÍA STEFY GELATO DE LA  
PARROQUIA ISLA DE BEJUCAL”.**

**EGRESADO:**

**AMANDA ROXANA AVILÉS CERCADO**

**TUTOR:**

**ING. COM. LORENA MUÑOZ OVIEDO, MAE**

**AÑO 2021**

## **Resumen**

Las ventas o volúmenes de ventas son fundamentalmente importantes dado que de esta variable depende la sobrevivencia de una empresa o negocio, en este sentido, las ventas son realmente sustanciales para la heladería Stefy Gelato, en vista de que son un proceso que permite que el dueño del negocio o empresa cumpla con las exigencias de los clientes y a su vez pueda obtener beneficios permanentes. En este marco, se ha analizado los niveles de ventas de la heladería, con el fin de conocer las variaciones que ha tenido durante su período de servicio en la parroquia Isla de Bejucal.

Para el debido tratamiento del presente objeto de estudio se realizó una profunda indagación con la finalidad de obtener datos que corroboren las problemáticas planteadas dentro del caso, así también se utilizó la metodología cualitativa y cuantitativa, de la mano con los instrumentos de recolección de información, siendo estos la encuesta y la entrevista, con las que se identifica y describe los factores influyentes, las razones y cada uno de los problemas que intervinieron en el bajo nivel de las ventas en el negocio.

El estudio está enmarcado bajo los lineamientos establecidos por la Universidad técnica de Babahoyo con los cuales se ha pretendido establecer y conocer las problemáticas suscitadas en la heladería Stefy Gelato, y para el tratamiento del proyecto junto a la debida obtención de datos que corroboren lo establecido en el estudio, las fuentes principales de información han sido: la propietaria del negocio, la señora Mariuxi Salcedo, quien atentamente ha facilitado la muestra de las entradas y salidas que ayudan a constatar el bajo rendimiento de los niveles de ventas y como segunda fuente los clientes frecuentes que consumen los productos que brinda la heladería.

**Palabras claves:** niveles, venta, heladería, empresa, pandemia

## Summary

Sales or sales volumes are fundamentally important since the survival of a company or business depends on this variable, in this sense, sales are really substantial for Stefy Gelato ice cream parlor, given that they are a process that allows the owner of the business or company meets the demands of customers and in turn can obtain permanent benefits. In this framework, the sales levels of the ice cream parlor have been analyzed, in order to know the variations that it has had during its period of service in the “Isla de Bejucal” parish.

For the proper treatment of the present object of study, a deep investigation was carried out in order to obtain data that corroborates the problems raised within the case, thus the qualitative methodology was also used, hand in hand with the information collection instruments, these being the survey and the interview, with which the influencing factors, the reasons and each one of the problems that intervened in the low level of sales in the business are identified and described.

The study is framed under the guidelines established by the Technical University of Babahoyo with which it has been tried to establish and know the problems raised in the Stefy Gelato ice cream parlor, and for the treatment of the project together with the proper obtaining of data that corroborates what is established in In the study, the main sources of information have been: the owner of the business, Mrs. Mariuxi Salcedo, who has attentively provided the sample of entries and exits that help to verify the low performance of sales levels and, as a second source, clients frequent users of the products offered by the ice cream shop.

**Keywords:** levels, sales, ice cream shop, company, pandemic.

## **Introducción**

La heladería Stefy Gelato es una microempresa que se dedica a la elaboración y comercialización de helados de yogurt artesanales, cremosos y acompañados de frutas y aderezos, esto le permite al cliente pedir un helado personalizado. El negocio se encuentra ubicado en la parroquia Isla de Bejucal del cantón Baba provincia de los Ríos, el mismo que inició sus actividades comerciales el 21 de abril del año 2017. La finalidad del presente caso de estudio tuvo como premisa analizar los niveles de ventas de la heladería Stefy gelato a través de instrumentos útiles para la identificación de las razones y problemas que intervinieron en el bajo nivel de las ventas en el negocio.

El estudio está enmarcado bajo la línea de investigación “Gestión financiera, administrativa tributaria, auditoría y control” bajo la sublínea “Empresas e instituciones públicas y privadas”, porque el estudio de caso que se ha realizado ha sido en una empresa privada y lo que se ha analizado hace referencia a la actividades comerciales que la empresa desarrolla dentro de sus procesos de ventas diarios, además porque están dentro de los lineamientos que establece la Universidad Técnica de Babahoyo.

Para la correcta comprensión del objeto de estudio la metodología utilizada fue a través del método cualitativo y cuantitativo, usando instrumentos como la encuesta y la entrevista realizada a los clientes y a sus administradores respectivamente, así como también los cuadros de ventas anuales, esto permitió obtener como resultados el conocimiento de que las ventas bajaron, ya que han disminuido los compradores por que ha existido variaciones en la calidad del producto, escasa satisfacción de clientes y la frecuencia del cambio de horarios para abrir el negocio.

## Desarrollo

El caso de estudio se realizó en la heladería Steffy Gelato misma que se dedica a la elaboración y comercialización de helados artesanales, cremosos y personalizados, se encuentra ubicada en el barrio 5 de Junio parroquia Isla de Bejucal del cantón Baba provincia de los Ríos, la misma que inició sus actividades comerciales el 21 de abril del año 2017 hasta el 31 de mayo del 2018, teniendo como primer propietaria del negocio a la licenciada, Soaneth Álvarez, quien inició con fuerza este emprendimiento y tuvo muy buena acogida dentro de la parroquia; luego de una actividad de compra y venta los nuevos dueños pasaron a ser la señora Mariuxi Salcedo Cercado y su esposo el Sr. Néxar Arriciaga el 1 de Junio del 2018 hasta la actual fecha, en la misma ubicación.

El objetivo principal del estudio es analizar el nivel de las ventas en la heladería Steffy Gelato, a través de instrumentos apropiados que confieren la identificación de las razones que originan un nivel bajo en las ventas del negocio. Para conocer cuáles son las circunstancias implicadas en esta problemática se realizó el debido caso de estudio que tiene el tema a continuación: *“Nivel de Ventas en la heladería Steffy gelato de la parroquia Isla de Bejucal”*. En concreto, el valor intrínseco del presente estudio radica en la importancia de conocer sobre los niveles de venta que se generan en la heladería de la parroquia Isla de Bejucal.

Las ventas son de gran importancia debido a que de este factor depende la existencia de la heladería, entendiéndose por venta que la misma: “Es una sucesión que permite que el vendedor de bienes o servicios determine, aliente y satisfaga los requerimientos del comprador con provecho mutuo y en forma permanente. Es la actividad fundamental de cualquier aventura comercial. Se trata de reunir a compradores y vendedores, y el trabajo de toda la organización es hacer lo necesario para que esta

reunión sea exitosa”. Ecured (2018). Por lo que las personas que laboran dentro de esta empresa deberán contar con habilidades como la capacidad para persuadir a los clientes, brindándoles un servicio de calidad.

Se puede denominar empresa al emprendimiento, entendiéndose que “El término empresa es empleado para distinguir a aquellas organizaciones que se encuentran conformadas por distintos componentes (humanos, técnicos y materiales) y cuya finalidad es la consecución de algún beneficio económico, o comercial, satisfaciendo las necesidades de los clientes a través del ofrecimiento de bienes o servicios”. Pérez (2021). La heladería Steffy Gelato es una empresa familiar que es gestionada por una sola familia, en donde el objetivo es atender a los clientes del negocio y continuar con el trabajo.

Este negocio surgió como una idea de emprendimiento para implementar algo nuevo dentro de la parroquia Isla de Bejucal, “el término emprendimiento proviene del francés ‘entrepreneur’, que significa «pionero», y se refiere etimológicamente a la suficiencia de una persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta, aunque al presente se limita su uso para referirse a una nueva empresa o proyecto que inicia una persona o grupo de personas”. Raffino (2020). Este término es muy utilizado actualmente para hacer referencia a la creación de un nuevo proyecto, que tenga características diferentes o similares a otros emprendimientos pero siempre marcando una diferencia, siendo así que la heladería Steffy Gelato se creó y proyectó como un emprendimiento.

Además, la palabra emprendimiento hace referencia a la actitud y aptitud que adopta una persona para empezar un nuevo plan a raíz del surgimiento de ideas y oportunidades que se presentan, es un término muy utilizado en el ámbito empresarial,

en virtud de su relacionamiento con la creación de empresas, nuevos productos o innovación de los mismos, es así que nació la idea y se cumplió el sueño de los dueños al abrir la primera heladería como algo nuevo e innovador dentro la Isla de Bejucal.

Según la revista en línea Espacios, “El emprendimiento en Ecuador está mayormente determinado hacia actividades de comercio y a productos y servicios vendidos en el mercado doméstico. Se lleva a cabo para prevalerse de una oportunidad de negocio que permita tener mayores ingresos, independencia económica y la satisfacción de necesidades”. Espacios (2018). En este sentido la heladería como emprendimiento es de gran importancia para los habitantes de la parroquia debido a que es algo nuevo dentro de la misma.

Sin embargo pese a que este emprendimiento inició con la mayor acogida de sus moradores y con las mejores expectativas, el paso del tiempo y el accionar de sus dueños dieron paso a que las ventas se debilitaran y por lo tanto los niveles de ventas bajaran, lo que repercute en menores ingresos para el negocio, trayendo como consecuencia el desánimo y el poco interés de los dueños, que en ocasiones han hecho propuestas de venta nuevamente de la heladería, por tal razón a continuación se detallarán las problemáticas que surgen dentro del negocio:

Una de las primeras problemáticas que se presenta en la heladería es la *pandemia del Covid-19*, un acontecimiento inesperado que afectó en muchas áreas al mundo entero, en este sentido, la heladería Stefy Gelato no fue la excepción a esta crisis sanitaria, y también se vió afectada de modo que, presentó un bajo rendimiento en sus ventas, cabe recalcar que el mismo empezó con anterioridad y la pandemia sólo fué un factor influyente para disminuir los ingresos en mayor cantidad.

En relación a ello, el rendimiento de ventas se conoce como “un indicador de cuánto ingreso te sobra como lucro o beneficio luego de toda las ventas realizadas. El rendimiento de las ventas depende básicamente de cuatro grandes factores: El entorno, la dirección, el mix de marketing, la fuerza de ventas”. Castells (2017). Por esta razón tales factores son de gran importancia para la heladería, para que ésta pueda obtener los niveles de ventas esperados, ya que solo así se podrá conocer las ganancias del negocio que se conocen como beneficios. (pág. 30)

Durante el tiempo de pandemia no se veían ingresos, dado que la heladería se encontró en la obligación de cerrar sus puertas, en el transcurso del mes de marzo del 2020 que empezó el confinamiento por la epidemia, hasta el mes de julio del mismo año, además, de que a consecuencia de luto familiar en el mes de noviembre la heladería se encontró en el deber de cerrar su local por un mes, trayendo como resultado que los clientes perdieran el hábito de comprar en la heladería todos los días como antes lo hacían.

Por otra parte, hoy en día muchos de los negocios y microempresas están a la vanguardia en hacer uso de la tecnología y explotarla, en este sentido, la tecnología es una herramienta del marketing para atraer clientes y brindar un mejor servicio, pero la heladería Stefy Gelato presenta deficiencia de *acceso a la conectividad wifi* para sus clientes, es decir, se ha quedado rezagada al no utilizar este servicio para sus clientes, esto hace que muchas veces los mismos se sientan desilusionados al saber que no tienen señal wifi como en otros locales, el no crear un desarrollo tecnológico en el mercado y la falta de conectividad en la heladería a la postre se convierte en una desventaja para el negocio.



Considerando que las TIC, “son tecnologías que utilizan la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones para crear nuevas estructuras de comunicación a través de instrumentos de carácter tecnológico y comunicacional, esto con el fin de facilitar la transmisión, acceso y tratamiento de la información.” Claro (2019). En este sentido, la conectividad a wifi forma parte de las herramientas tecnológicas y comunicacionales, las mismas que la heladería presenta como una problemática para su local y por ende una desventaja para el mismo.

Además, otra desventaja para la heladería es *no abrir el negocio todos los días*, esto sin lugar a dudas genera una inestabilidad en los consumidores, porque pierden el sentido de cognición en cuanto a la rutina de los días en los que labora el local, esto se debe a los frecuentes cambios de horarios, en una charla para BBC mundo, el economista Jonathan Boys relata que el cambio de horario puede ser productivo para algunas empresas, pero: "Se ha suscitado que puede aumentar la productividad y suministrar un mejor equilibrio entre la vida laboral y personal, pero la evidencia de esto es escasa y autoseleccionada" Barría (2020). En relación a ello, se estima el beneficio exclusivamente para algunas empresas, en cuanto a la heladería Stefy Gelato esta inestabilidad no proporciona, en ningún sentido, beneficio alguno.

Estos cambios horarios que realiza la heladería, se dan en el afán de tener activo su negocio y que éste no desaparezca. Además, creer que estar confinado significa renunciar a la idea de negocio que se tiene por motivos de la pandemia existente es un error, por esta razón, los clientes fieles deben conocer los nuevos horarios para que estos puedan visitar el negocio y degustar de un delicioso helado artesanal, cremoso, y personalizado.

Adicional a ello, los *cambios de clima* llegan a convertirse en una desventaja para la heladería, en consecuencia, otro de los problemas que se da en la heladería es que se pierde cierta cantidad de materia prima cuando llueve muy seguido, porque regularmente se tiene un estimado de material básico para la venta diaria. Cuando no se logra el objetivo de venta diaria suele suceder que por tener el helado guardado muchos días, este tiende a perder su sabor original porque se descompone, ocasionando pérdidas para el negocio.

En el marco de esta definición, hablar de cambios en el clima, significa: “determinar las variaciones meteorológicas en períodos suficientemente largos, en los que se puedan calcular sus valores medios y luego colacionar esos valores medios, para analizar también la variabilidad espacial y temporal de éstos. Cuando se observan diferencias entre las estadísticas de largo plazo de los factores del clima, se dice que se está en presencia de un cambio climático”. (Dra. Bárbara Garea Moreda, S.F); Según la autora, estos cambios son variaciones meteorológicas, las mismas que afectan en un determinado tiempo indirectamente a la actividad humana y en este caso afecta, de cierta forma, a la heladería dado que en tiempos de lluvia y frío las ventas bajan, porque no todos comparten la idea de comer helado cuando existen estas condiciones. (pág. 18).

Por otra parte, surge la problemática del *incremento de los costos energéticos* y el alto consumo de energía, dichos términos se entienden como: “La eficiencia energética se puede definir como la facultad de un uso, equipo, instalación o proceso para ejecutar su función con el menor consumo energético posible, de la misma forma se puede entender el ahorro de energía como el decrecimiento del consumo de energía primaria de un centro de consumo de energía por la implementación de medidas de índole técnica o no técnica”. Salazar (2018). Por esta razón, resulta imprescindible

aplicar tal concepto en la gestión de la energía de la heladería ya que así se aumenta la productividad y competitividad de la misma.

Ahora bien, tales incrementos permiten que existan más gastos en la heladería, por ende, los niveles de venta se ven afectados y se reducen los ingresos en la misma, esto se debe a que existen artefactos tales como: un frigorífico grande en donde se guardan las frutas picadas y aderezos, está la máquina para hacer helados, hay dos refrigeradoras donde se guardan las leches y frutas, un aire acondicionado, televisión e iluminación del local. Los gastos requeridos por estos electrodomésticos aumentan el consumo de energía y hace que los costes se incrementen, ocasionando una desventaja para el negocio cuando las ventas no son fructíferas.

Por consiguiente, aunque la heladería no está obligada a llevar contabilidad, la *falta de un sistema para el registro de las ventas*, se ha convertido en una problemática para la heladería, debido a que esto puede provocar confusiones, tachones y borrones al momento de hacer los registros y facturaciones a mano, lo que también retrasa el tiempo de los clientes a la hora de realizar alguna factura a mano cuando los mismos lo requieren, además de que este proceso demanda mucho más tiempo a diferencia de un registro computarizado.

Los registros de las ventas en un sistema representan una perspectiva definida, es así que: “el fundamento de todas las empresas comerciales está encaminado en la compra y venta de bienes y servicios, y es por eso que las empresas se aseguran de darles el respectivo valor que se merece el manejo de inventarios, el correcto y adecuado manejo de los inventarios permitirá a las empresas tener el control necesario y a tiempo de los mismos y al final de cada periodo contable le hará conocer de manera correcta la realidad económica de la empresa”. Ortiz & Garcés (2017). En esto se destaca la

importancia de llevar registros de las ventas en un sistema, el mismo que traería muchas ventajas para la heladería, por lo que se tendría un correcto y estable control del manejo de todo lo que ingresa o sale de la misma.

Adicional también, la heladería Stefy Gelato tiene una deficiencia en cuanto al uso de *herramientas publicitarias*, pero una de las problemáticas que se genera en este emprendimiento es que les hace falta explotar este medio de comunicación tecnológico y sobre todo hace falta realizar post publicitarios. La heladería tiene una página en Facebook, pero no se la actualiza constantemente, no se sube ningún contenido, ni se publican las actividades diarias que allí se realizan, a diferencia de otros emprendimientos que sí lo realizan y están activos en todas las redes populares existentes.

La publicidad se entiende según, Godás (2017) como “una herramienta de promoción, trata de poner al corriente sobre las singularidades de un producto; por otro lado, trata de convencer al consumidor para que varíe su comportamiento de compra”. Como se sabe hoy en día muchas de las empresas, emprendimientos e incluso pequeños negocios hacen uso de las tecnologías teniendo a las redes sociales como su mejor aliado de marketing, por lo que la deficiencia de su uso es realmente preocupante. (pág. 98)

Por otra parte, la deficiente *capacitación al personal* en el área de ventas de la heladería se ha convertido en una de las problemáticas, por lo tanto esta deficiencia provoca que existan muchas veces perdidas a la hora de vender el producto, debido al desconocimiento de cómo servir los helados de manera adecuada y con las cantidades necesarias, provoca que muchas veces se sirva de más o se sirva menos de las porciones requeridas según el precio. En tanto que, según Simintras et al. (1994) como se citó en

Pedro Canales Ronda (2004) explica, (...) “y son los vendedores el principal componente para adquirir los ingresos que aseguren la subsistencia de los negocios, así como también que son la primera fuente de indagación para los cliente”, no hay que escatimar que los clientes son muy observadores cuando compran los helados.

“La capacitación es el conjunto de acciones encaminadas a suministrar conocimientos, desarrollar destrezas y modificar actitudes del personal de todos los niveles para que ejecuten mejor su trabajo. En esta virtud la capacitación se imparte a empleados, ejecutivos y funcionarios en general, cuyo trabajo tiene un aspecto intelectual bastante importante”. Según Gómez R. (2006) como se citó en González; Velázquez; Camacho; Peinado (2017). La capacitación en ventas es un proceso que brinda herramientas nuevas a los vendedores que les ayudarán a vender más y mejor.

Otra de las problemáticas que también se presentan en la heladería es la falta de *adecuación del local*, es decir, el establecimiento carece de un espacio amplio, esto se da debido a que cuando hay horas pico donde la afluencia de clientes es alta, no todos encuentran lugar donde sentarse y deben irse con sus helados a degustarlos en otra parte, eso sería una desventaja ya que el cliente no hace uso del servicio que brinda la heladería, que en este caso sería estar en un lugar fresco y cómodo, al principio se notaba descontento en los clientes hasta que luego se acostumbraron.

En contraposición con lo que sucede en la heladería Stefy Gelato, el arquitecto de “Aguirre Newman Arquitectura”, Ángel Serrano, considera que: “El entorno de trabajo actúa y tiene dominio sobre la mejora del rendimiento y la cuenta de resultados, la mejora de las condiciones de trabajo del cliente interno, la mejora en nuestras relaciones con los clientes y la manera de aproximarse al mercado.” Serrano (2017), por esta razón, los pequeños negocios deben considerar importante el espacio o entorno

físico en el que se van a manejar, puesto que esto influirá considerablemente en la retina del consumidor, es bien sabido que cuando existen todas las condiciones necesarias para un negocio, los clientes se inclinarán por el mismo, de lo contrario por falta de adecuación se pierde clientela. (pág. 16)

Además, otra de las problemáticas que se presentó en la heladería al momento del cambio de propietarios, fue que los nuevos dueños optaron por cambiar totalmente los *sabores de los helados* que al principio se brindaban a los clientes, con el objetivo de buscar nuevas alternativas para los mismos, lo que causó cierto descontento en sus clientes más fieles, de modo que cuando se les presentaba la carta de sabores de helados, ellos preguntaban por los sabores originales con los cuales inició el negocio, pero al conocer que esos sabores ya no estaban más, entonces algunos no compraban o lo hacían pero con helados de menor tamaño y precio, eso indudablemente provocaba ventas menores en el día, ya que habían clientes muy familiarizados con aquellos sabores.

La calidad del producto se entiende como “un instrumento sistemático planificado que proporciona a las organizaciones la capacidad de regular, planear, controlar y ejecutar tareas tanto en sus productos como en sus servicios. Según sus respectivas especificaciones, esto con el propósito de consolidar la completa satisfacción del consumidor”. UNADE (2019). Por el contrario, cuando se pierde la calidad del producto, tal situación se puede convertir en una desventaja para los negocios y empresas, por tal razón, este factor es de suma importancia y se le debe prestar la mayor atención posible.

Al aplicar el instrumento de recopilación de la información como lo es la entrevista realizada a la señora Mariuxi Salcedo Cercado, dueña de la heladería Stefy

Gelato, en la parroquia Isla de Bejucal del cantón Baba, se deriva la consecuente información de los aspectos más relevantes proporcionados por las unidades de observación, los mismos se detallan a continuación y son estos datos los que han servido de base para establecer conclusiones válidas para el caso de estudio:

Como se evidencia en las respuestas emitidas por la dueña del negocio adjuntado en los anexos, se puede precisar que la heladería tiene un bajo rendimiento de ventas debido a los factores determinados tales como: el existente cambio de horarios porque no existe personal externo para que atienda el local, eso debilita las ventas y genera menos ingresos, así como también explicó que la crisis de la pandemia covid-19 ha afectado considerablemente en el negocio, trayendo como consecuencia la falta cuantiosa de ingresos económicos por varios meses en el 2020, pero cabe destacar que este problema del bajo rendimiento viene sucediendo con anterioridad, lo que hace que exista una desventaja en el negocio.

Por otra parte la dueña manifestó que existen artefactos de alto consumo de energía eléctrica que son indispensables para la heladería, lo que provoca que tales costes aumenten el consumo de energía y hace que los gastos se incrementen, esto conlleva a la toma de medidas secundarias que es utilizar dinero de las ventas, teniendo como resultados menores ingresos durante el mes y por lo tanto que el nivel de las ventas descienda, es decir, no se ve la utilidad, puesto que el poco ingreso es repartido para los diferentes pagos que tienen que hacer este negocio. Esto se considera como una situación desfavorable dado que las ganancias obtenidas son muy bajas alcanzando solo para los compra de materia prima y gastos de servicios básicos.

Adicionalmente existe deficiencia en la publicidad tanto en las redes sociales como de forma presencial, esto se debe por el desconocimiento del manejo de las redes sociales ya que el negocio si cuenta con una página en facebook, pero por la misma

razón actualmente no la utilizan, no suben información actualizada ni llamativa para los consumidores; también la falta de inversión en marketing y publicidad conlleva a una escasa atención por parte de los clientes para comprar el producto en el mercado y por lo tanto existen menores ventas.

Entre otros aspectos, algo que es de suma consideración es que no cuentan con un sistema de registro de ventas debido a que no poseen capital para comprar un sistema como tal, en efecto, también existe deficiencia en cuanto al manejo y uso de los mimos; lo que provoca que posiblemente no se lleve un registro correcto de ventas, y pueda terminar en confusiones a la hora de dar cambios o cobrar por los productos ofrecidos, tal situación resulta perjudiciosa en el negocio ya que tienen mayor incidencia en el rendimiento de las ventas. Los hechos aquí declarados sobre la heladería obedecieron a lo estrictamente citado en este análisis, es decir constituyó una causal para el bajo nivel de las ventas en la misma.

Al aplicar la encuesta a los clientes se obtuvieron los siguientes datos más relevantes:

De acuerdo a los resultados obtenidos que se reflejan en la tabla N°2 el 82% de los encuestados afirman que la frecuencia de cambios de horarios es regular, por tal razón, este es un factor que tiene influencia muy directa con los niveles de ventas en la heladería, dado que los clientes tienden a desorientarse por el desconocimiento de los días exactos de atención al cliente y por lo tanto no compran. Es de gran importancia tomar en cuenta esta situación porque los ingresos se obtienen a través de las ventas diarias y consecutivas.

Según resultados de la encuesta aplicada a los clientes de la heladería Stefy Gelato, se obtiene que la experiencia con la calidad del producto en un 69% es poco satisfactoria, esto es un indicador de que hay cierto grado de deficiencia en cuanto a la



calidad del producto por lo que como consecuencia trae menores ventas en la heladería, la calidad del producto es uno de los factores claves para que las ventas suban en su nivel de rendimiento, por lo que se debe prestar mucha atención y mejorar en esta área.

Como se muestra en la tabla N°5 en los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los clientes, ellos indican que para mejorar los aspectos en la heladería se debe tomar en cuenta la inestabilidad horaria, el sabor de los helados, la amplitud del local, estos son factores importantes que se deben tomar en cuenta en el negocio ya que los clientes son el primer y más grande jurado dentro del mercado, y sus comentarios tienen gran significación.

Con el propósito de llevar un control de las ventas que se dan en el negocio los dueños de la Heladería Steffy Gelato han realizado un registro de sus ventas mensuales y según como se evidencia en los mismos durante los 3 años que tiene la heladería de creación han existido variaciones en las ventas en donde en el primer año existió un ingreso de \$16.006,00; en consecuencia el segundo año existieron ingresos de hasta \$5.147,00 y en el tercer año \$2.182,00; lo que indica que en el primer año de vida empresarial hubieron muy buenas ventas que anunciaban un buen auge pero al pasar de los meses las ventas empezaron a decaer y poco a poco los ingresos reflejan un bajo nivel en las ventas de la heladería.

## Conclusiones

Los factores que se desarrollan en el objeto de estudio influyen en gran medida sobre los niveles de ventas en la heladería Stefy gelato, por ende se ha visto afectada negativamente en el transcurso de los años, como bien se ha mencionado con anterioridad, la calidad del producto es deficiente esto afecta a la heladería de diferentes formas, una de ellas es la productividad y su rentabilidad, de la misma manera se ve afectada la satisfacción de los clientes, esto repercute en las ganancias y por lo tanto existen ventas que actualmente son bastante irregulares porque hay días que las ventas son muy constantes, por ende hay buenos ingresos y días en los que no se vende nada, por lo tanto no ingresa efectivo al negocio.

Adicional se encuentra el factor pandemia covid-19 que ha contribuido negativamente sobre todo en el tercer año de vida laboral del negocio, esto se evidencia ya que en los meses de contingencia de la pandemia se cerraron las puertas de la heladería, afectando al negocio ya que los dueños no realizaron ninguna estrategia de venta para alcanzar a sus clientes y mantenerse activos en el mercado, se vieron obligados a paralizar la producción de helados y esperar que todo pasara. En consecuencia, existen frecuentes cambios de horarios de atención al cliente por lo que descontroló el proceso normal de ventas.

En consecuencia, las variaciones de las ventas se han evidenciado a medida que ha pasado el tiempo y se mantiene hasta la actualidad con tendencia a niveles bajos, esto se debe, entre otros aspectos a que existe una deficiencia en cuanto a la satisfacción del cliente, esto según lo reflejado en la encuesta realizada a los clientes, por tal motivo este es un indicador clave e inequívoco de que las ventas han bajado considerablemente su

nivel de rendimiento, por tal motivo se debe prestar mucha atención a la variabilidad que están teniendo las ventas.

En concreto, la deficiencia en cuanto al uso de herramientas tecnológicas como las redes sociales para hacer publicidad, se suma a los factores negativos que permiten el bajo nivel de ventas en la heladería, esto está estrechamente ligado al desconocimiento del manejo de las redes sociales, adicionalmente también está la falta de inversión en el área de marketing para la publicidad en el negocio, dichos aspectos son los que influyen en el bajo rendimiento de las ventas y por ende trae como resultado menores ingresos para el negocio como se demostró en los cuadros de ventas.

## Bibliografía

- Barría, C. (4 de Diciembre de 2020). *BBC News Mundo*. Recuperado el 3 de Febrero de 2021, de BBC News Mundo: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-55151443>
- Canales Ronda, P. (Octubre de 2004). *Rendimiento y control de la fuerza de ventas*. Recuperado el Marzo de 2021, de Rendimiento y control de la fuerza de ventas: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=102731>
- Castells, M. A. (2017). *direccion de venta* (15.a Edición ed.). Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Claro. (23 de Mayo de 2019). Claro. *RED+ Noticias*.
- Dra. Bárbara Garea Moreda, D. R. (S.F). EL CAMBIO CLIMÁTICO,. *unesco.org*, 18.
- EcuRed. (2018). *EcuRed*. Recuperado el 2020 de Enero de 2020, de <https://www.ecured.cu/Venta>
- Espacios, R. (2018). *Revista Espacios*. Recuperado el 24 de Enero de 2021, de Revista Espacios: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p15.pdf>
- Godás, L. (2017). El uso de la Publicidad. *Elsevier*, 26(8), 98.
- González, A. E., Camacho, J. d., & ((Gómez, R. (. (2017). Propuesta de un programa de capacitación para el personal de apoyo y asistencia a la educación del Instituto Politécnico Nacional: un estudio de caso, el centro de investigación e innovación tecnológica. *Scielo*.
- JACOME, P. (24 de SEPTIEMBRE de 2020). *información.com* . Obtenido de [información.com](http://información.com) .
- ORTIZ, A. D., & GARCÉS, P. E. (27 de Septiembre de 2017). *Dspace*. Recuperado el 3 de Febrero de 2021, de Dspace: <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/755/3/AN%C3%81LISIS%20DE%20LOS%20PROCESOS%20DE%20REGISTRO%20DE%20COMPRA%20Y%20VENTA%20DE%20PRODUCTOS%20PARA%20LAS%20PEQUE%C3%91AS%20FARMACIAS%20DEL%20CANT%C3%93N%20MILAGRO.pdf>

- Pérez, M. (25 de Enero de 2021). *Concepto definición*. Recuperado el 3 de Marzo de 2021, de Concepto definición: <https://conceptodefinicion.de/empresa/>
- Raffino., M. E. (13 de Noviembre de 2020). *Emprendimiento*. Recuperado el 24 de Enero de 2021, de Emprendimiento: <https://concepto.de/emprendimiento/>
- Salazar, L. (2018). *Redalyc.org*. Recuperado el 3 de Febrero de 2021, de Redalyc.org: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5055/505554803004/html/index.html>
- Serrano, Á. (2017). El entorno físico del trabajo . *Ergonomia*, 16.
- UNADE, U. (17 de Diciembre de 2019). *UNADE Universidad Americana de Europa*. Recuperado el 5 de Febrero de 2021, de UNADE Universidad Americana de Europa: <https://unade.edu.mx/calidad-del-producto/>

## Anexo N°1. Aplicación de la entrevista a la dueña de la heladería Steffy Gelato



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E**  
**INFORMÁTICA**



**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**  
*ISLA DE BEJUCAL – BABA - LOS RÍOS - ECUADOR*

**Tabla 1**

**Resultados de la Entrevista aplicada a la dueña de la heladería Sra. Mariuxi Salcedo**

<b>Orden</b>	<b>Preguntas</b>	<b>Datos relevantes encontrados</b>
1	¿El local donde actualmente opera la heladería es alquilado o de su propiedad?	Es propio, pero la heladería como negocio se compró hace más de un año.
2	¿Explique cómo considera usted las ventas de la heladería, como buenas o regulares?	Las ventas en la heladería actualmente son bastante irregulares, hay veces en las que no se gana mucho.
3	¿Cómo ha afectado la crisis de la pandemia del covid-19 en su negocio?	Ha afectado considerablemente llegando a no tener ingresos económicos.
4	¿Por qué en su negocio tienen horarios de atención diferentes?	Actualmente existe un cambio de horarios porque no existe personal externo para que atienda el local.
5	¿Utiliza usted las redes sociales como una herramienta de publicidad para la heladería? Explique ¿por qué?	La heladería tiene una página en Facebook, pero como se desconoce el manejo de las redes sociales actualmente no la utilizan, ni se hace inversión en marketing.
6	¿Qué factores influyen en su negocio que provoquen más gastos que ingresos?	El alto consumo de energía eléctrica.
7	¿Su negocio cuenta con un sistema de registro de ventas? De ser su respuesta negativa indique por qué no cuenta con uno.	No se cuenta con un sistema de registro de ventas porque no hay dinero para comprar uno.

**Fuente:** Entrevista aplicada a la dueña de la heladería

**Elaborado por:** Amanda Avilés Cercado.

**Anexo N° 2. Encuesta aplicada a los clientes de la heladería Steffy Gelato de la parroquia Isla de Bejucal**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E**  
**INFORMÁTICA**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**  
*ISLA DE BEJUCAL – BABA - LOS RÍOS - ECUADOR*



**Objetivo:** Precisar las causas de la disminución de ventas.

**ENCUESTA APLICADA A LOS CLIENTES DE LA HELADERÍA STEFFY GELATO**

**1. ¿Cómo calificaría la atención que recibe por parte de la heladería Steffy Gelato?**

- a) Excelente
- b) Muy buena
- c) Buena
- d) Regular
- e) Mala

**2. ¿Cómo calificaría a los frecuentes cambios de horarios en la heladería?**

- a) Excelente
- b) Muy buena
- c) Buena
- d) Regular
- e) Mala

**3. ¿Cómo calificaría su experiencia con la calidad del producto?**

- a) Muy satisfactoria
- b) Satisfactoria
- c) Poco Satisfactoria
- d) Neutra

e) Insatisfactoria

**4. Característica que más le guste de los productos**

- a) Variedad de precios
- b) Variedad de tamaños
- c) Variedad de sabores
- d) Todas las anteriores
- e) Otros

**5. ¿Cuál de los siguientes aspectos le gustaría que mejore en la heladería?**

- a) Inestabilidad horaria
- b) Sabor de los helados
- c) Amplitud del local
- d) Otros
- e) Ninguna de las anteriores

**6. ¿Cuál es la probabilidad de que vuelva a comprarlos productos que ofrece la heladería Stefy Gelato?**

- a) Muy probable
- b) Probable
- c) Poco probable
- d) Improbable
- e) Indiferente

**7. ¿Recomienda usted los productos de la heladería Stefy Gelato?**

- a) Siempre
- b) Frecuente
- c) A veces
- d) Rara Vez
- e) Nunca



**Anexo N° 3. Resultados de la aplicación de encuesta a los clientes de la heladería Steffy Gelato de la parroquia Isla de Bejucal**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E**  
**INFORMÁTICA**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**  
*ISLA DE BEJUCAL – BABA - LOS RÍOS - ECUADOR*



**1. ¿Cómo calificaría la atención que recibe por parte de la heladería Steffy Gelato?**

**Tabla 1**

*Atención al cliente*

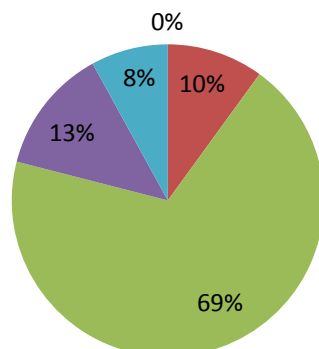
<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje válido %</b>
Excelente	0	0%
Muy buena	10	10%
Buena	69	69%
Regular	13	13%
Mala	8	8%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la heladería Steffy Gelato.*

*Elaborado por: Amanda Roxana Avilés Cercado.*

## 1. ¿Cómo calificaría la atención que recibe por parte de la heladería Stefy Gelato?

■ Excelente ■ Muy buena ■ Buena ■ Regular ■ Mala



### Análisis e interpretación

Según los resultados de la gráfica se obtiene que el 69% de las personas encuestadas califican la atención que recibe por parte de la heladería como buena, el 13% de ellos califican como regular, el 10% califican como muy buena y solo un 8% considera que la atención recibida es mala. En este sentido, se considera que uno de los aspectos positivos que tiene la heladería es la buena atención al cliente lo que hace que los clientes se sientan a gusto y bien atendidos por quien despacha los helados.

## 2. ¿Cómo calificaría a los frecuentes cambios de horarios en la heladería?

**Tabla 2**

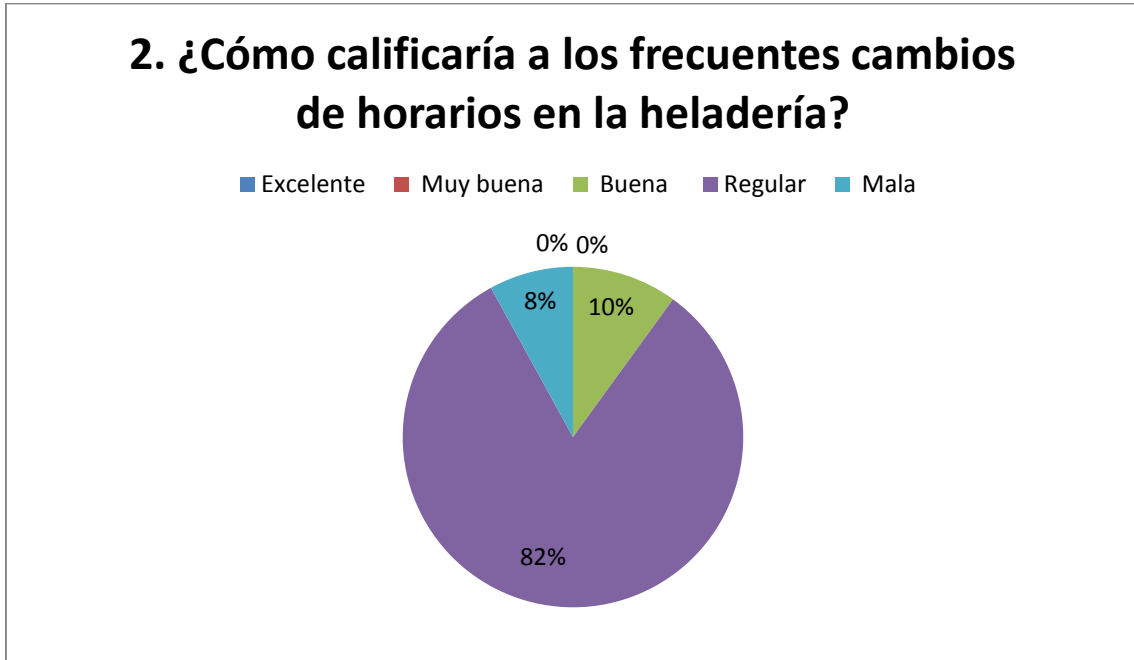
*Frecuencia de los cambios de horario al abrir el negocio*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje válido %
Excelente	0	0%
Muy buena	0	0%
Buena	10	10%
Regular	82	82%
Mala	8	8%

<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>
--------------	------------	-------------

*Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la heladería Stefy Gelato.*

*Elaborado por: Amanda Roxana Avilés Cercado.*



### **Análisis e Interpretación**

Según la gráfica mostrada se refleja que el 82% de las personas encuestadas califica a los cambios de horarios producidos en la heladería como Regular, mientras que el 10% de ellos afirma que los horarios son buenos y un 8% dice que son malos cambios. Por lo tanto se evidencia que el cambio horario afecta en gran manera sobre las ventas del local.

### 3. ¿Cómo calificaría su experiencia con la calidad del producto?

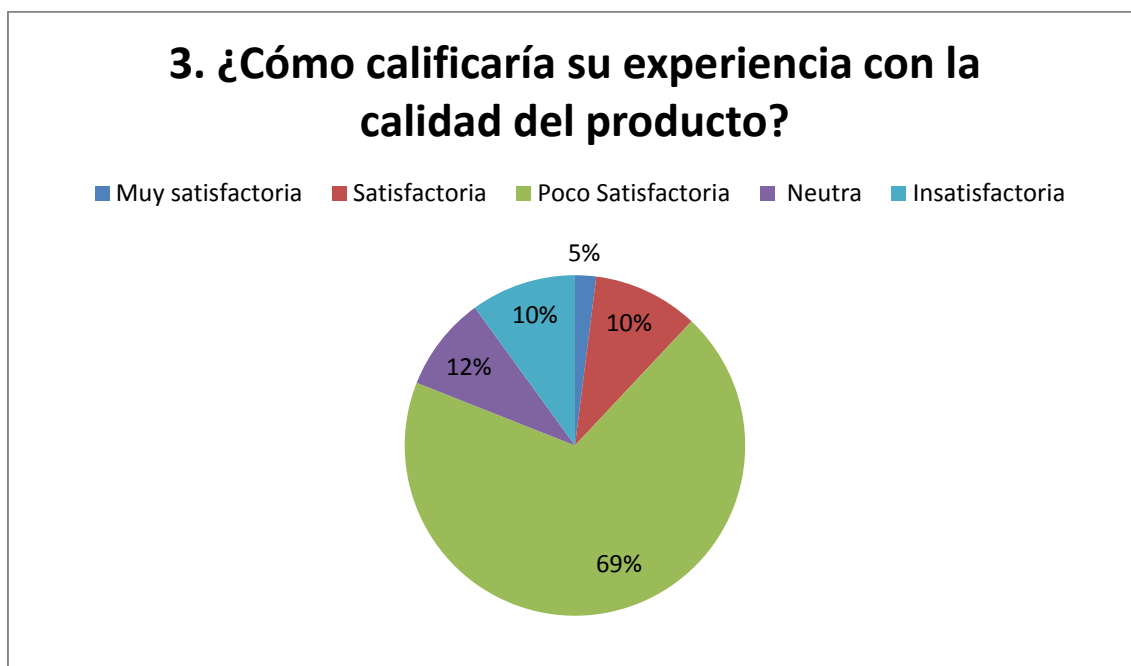
**Tabla 3**

*Calidad del Producto*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje válido %
Muy satisfactoria	5	5%
Satisfactoria	10	10%
Poco Satisfactoria	69	69%
Insatisfactoria	5	5%
Neutra	12	12%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la heladería Steffy Gelato*

*Elaborado por: Amanda Roxana Avilés Cercado.*



#### **Análisis e Interpretación**

Mediante la tabulación realizada se evidencia que de las personas encuestadas el 69% califica la experiencia con la calidad del producto como poco satisfactoria, mientras que el 12% de ellos se mantienen neutros al no dar ninguna calificación, por

otro lado un 10% responde que la experiencia es insatisfactoria, otro 10 % afirma que su experiencia con la calidad del producto es satisfactoria y solo un 5% respondió que es muy satisfactoria. Esto refleja que existe un alto porcentaje en donde los clientes han referido claramente que existe deficiencia en cuanto a la calidad de los productos.

#### 4. ¿Cuál es la característica que más le guste de los productos?

**Tabla 4**

*Característica de los helados que más les gusta a los clientes.*

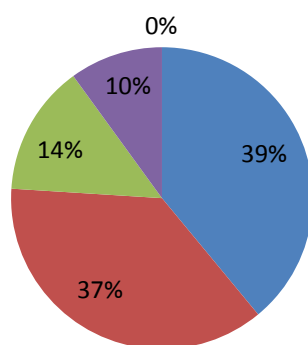
Opciones	Frecuencia	Porcentaje válido %
Variedad de precios	39	39%
Variedad de tamaños	37	37%
Variedad de sabores	14	14%
Todas las anteriores	10	10%
Otros	0	0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la heladería Steffy Gelato.*

*Elaborado por: Amanda Roxana Avilés Cercado.*

#### 4. ¿Cuál es la característica que más le gusta de los productos?

■ Variedad de precios ■ Variedad de tamaños ■ Variedad de sabores  
 ■ Todas las anteriores ■ Otros



## **Análisis e Interpretación**

Según los datos reflejados en la gráfica el 39% de las personas encuestadas respondieron que la característica que más les gusta es la variedad del precio, mientras que el 37% de ellos afirma que les gusta la variedad en el tamaño de los helados, el 14% respondió que les gusta la variedad de sabores de helados y solo el 10% les gusta todas las características mencionadas. En consecuencia esto significa que los clientes prefieren de los productos y los compran por la variedad de precios existentes en la heladería.

### **5. ¿Cuál de los siguientes aspectos le gustaría que mejore en la heladería?**

**Tabla 5**

*Aspectos para mejorar en la heladería*

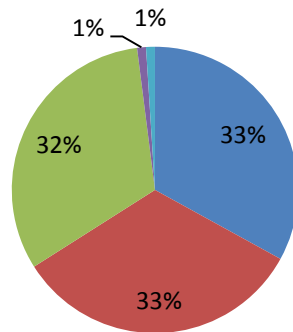
<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje válido %</b>
Inestabilidad horaria	33	33%
Sabor de los helados	33	33%
Amplitud del local	32	32%
Otros	1	1%
Ninguna de las anteriores	1	1%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

***Fuente:** encuesta aplicada a los clientes de la heladería Stefy Gelato.*

***Elaborado por:** Amanda Avilés Cercado.*

## 5. ¿Cuál de los siguientes aspectos le gustaría que mejore en la heladería?

- Inestabilidad horaria
- Sabor de los helados
- Amplitud del local
- d) Otros
- Ninguna de las anteriores



### Análisis e Interpretación

Como se muestran los resultados de la encuesta el 33% de las personas respondieron que les gustaría que mejore la inestabilidad horaria, mientras que otro 33% afirmó que debería mejorar el sabor de los helados, en tanto que un 32% les gustaría que mejore la amplitud del local y solo el 1% le gustaría que mejoren otros aspectos y el 1% no quiere que mejore ninguno de los aspectos mencionados. Esto indica que los tres factores referidos por los clientes tienen influencia a la hora de vender en la heladería.

**6. ¿Cuál es la probabilidad de que vuelva a comprarlos productos que ofrece la heladería Steffy Gelato?**

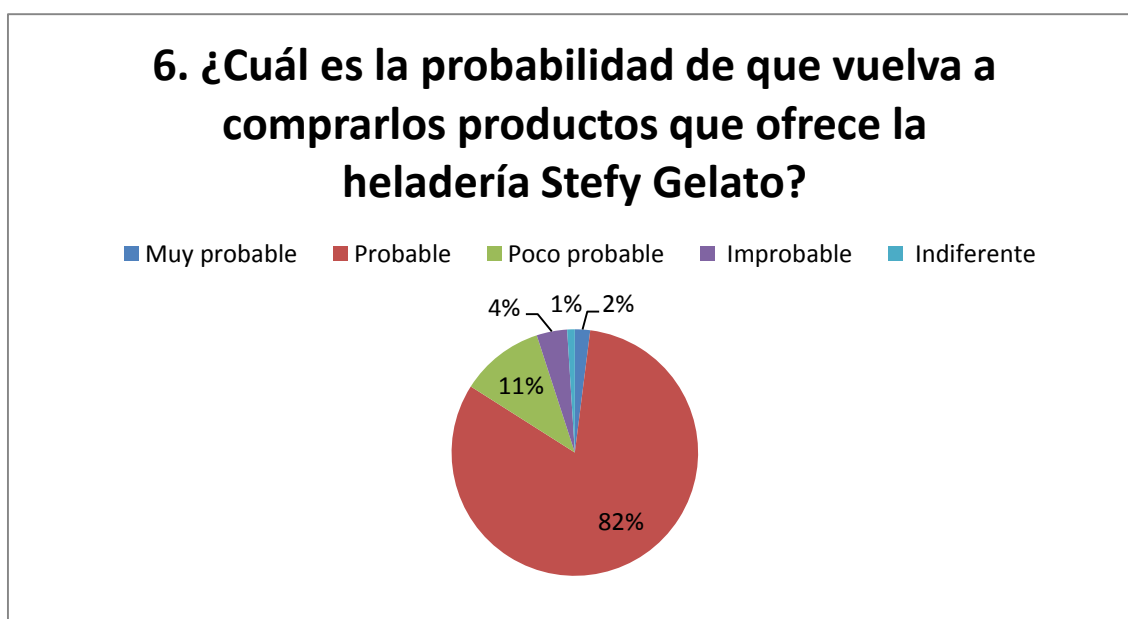
**Tabla 6**

*Probabilidad de volver a comprar helados en Steffy Gelato*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje válido %
Muy probable	2	2%
Probable	82	82%
Poco probable	11	11%
Improbable	4	4%
Indiferente	1	1%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la heladería Steffy Gelato.*

*Elaborado por: Amanda Roxana Avilés Cercado.*



**Análisis e Interpretación**

Según los resultados obtenidos de la encuesta se obtiene que el 82% de las personas respondieron que es probable que vuelvan a comprar productos en la heladería, en tanto



que el 11% de ellos afirma que es poco probable volver a comprar helados, mientras que el 4% de ellos respondieron que es improbable volver a comprar, seguido del 2 % refirió que es muy probable y solo el 1% se mantuvieron indiferentes al no revelar su respuesta. Esto indica que existe un mayor porcentaje de probabilidad de que los clientes vuelvan a comprar helados en el negocio, lo que significa una gran ventaja.

### 7. ¿Recomienda usted los productos de la heladería Stefy Gelato?

**Tabla 7**

*Recomendación de los helados*

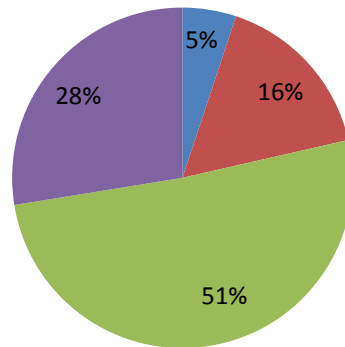
<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje válido %</b>
Siempre	5	5%
Frecuente	16	16%
A veces	51	51%
Rara Vez	28	28%
Nunca	0	0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la heladería Steffy Gelato

**Elaborado por:** Amanda Roxana Avilés Cercado.

## 7. ¿Recomienda usted los productos de la heladería Stefy Gelato?

■ Siempre ■ Frecuente ■ A veces ■ Rara Vez ■ Nunca



### Análisis e Interpretación

Según los datos obtenidos de la encuesta se pudieron analizar que el 51% de las personas encuestadas afirmaron que a veces recomiendan los productos de la heladería, mientras que el 28% expresó que rara vez hacen recomendaciones, un 16% afirmó que recomiendan los helados frecuentemente y un 5% nunca recomiendan los productos de la heladería. Dentro de las referencias que deberían hacer los clientes se conoce que solo a veces ellos recomiendan los productos lo que se convierte en una desventaja para el emprendimiento.

Anexo N°4

Fotos de la Entrevista realizada a la señora Mariuxi Salcedo Cercado, dueña de la heladería Stefy Gelato

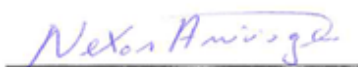


## Anexo N° 5

### Cuadro de Ventas de la Heladería Steffy Gelato

Segundo Año: Mayo 2018-Mayo 2019

Meses	Descripción	Ingresos por ventas
Mayo-2018	Ventas de Helados	\$600,00
Junio-2018	Ventas de Helados	\$610,00
Julio-2018	Ventas de Helados	\$500,00
Agosto-2018	Ventas de Helados	\$480,00
Septiembre-2018	Ventas de Helados	\$442,00
Octubre-2018	Ventas de Helados	\$400,00
Noviembre-2018	Ventas de Helados	\$320,00
Diciembre-2018	Ventas de Helados	\$448,00
Enero-2019	Ventas de Helados	\$280,00
Febrero-2019	Ventas de Helados	\$252,00
Marzo-2019	Ventas de Helados	\$281,00
Abril-2019	Ventas de Helados	\$314,00
Mayo-2019	Ventas de Helados	\$220,00
<b>Total</b>		<b>\$5.147,00</b>



Nexar Wilman Arriciaga Rodriguez

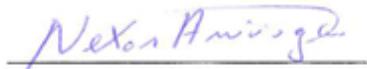


Thaly Mariuxi Salcedo Cercado

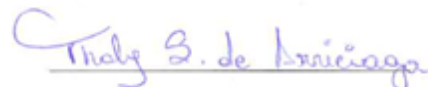
**Cuadro de ventas de la Heladería Steffy Gelato**

**Tercer Año: Junio 2019- Junio 2020**

<b>Meses</b>	<b>Descripción</b>	<b>Ingresos por ventas mensuales</b>
Junio-2019	Ventas de Helados	\$267,00
Julio-2019	Ventas de Helados	\$180,00
Agosto-2019	Ventas de Helados	\$272,00
Septiembre-2019	Ventas de Helados	\$240,00
Octubre-2019	Ventas de Helados	\$226,00
Noviembre-2019	Ventas de Helados	\$200,00
Diciembre-2019	Ventas de Helados	\$267,00
Enero-2020	Ventas de Helados	\$242,00
Febrero-2020	Ventas de Helados	\$228,00
Marzo-2020	Ventas de Helados	\$60
Abril-2020	Ventas de Helados	\$0
Mayo-2020	Ventas de Helados	\$0
Junio-2020	Ventas de Helados	\$0
<b>Total</b>		<b>\$2.182,00</b>



Nexar Wilman Arriciaga Rodríguez



Thaly Mariuxi Salcedo Cercado

## Anexo N° 6



### “Heladería Steffy Gelato”

Isla de Bejucal, Martes, 05-01-2021

#### AUTORIZACIÓN

Por medio del presente, nosotros Nexar Wilman Arriciaga Rodríguez y Thaly Mariuxi Salcedo Cercado administradores de la microempresa “Steffy Gelato” ubicada en la parroquia Isla de Bejucal del Cantón Baba, autorizamos a la señorita Amanda Roxana Avilés Cercado, estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo de la Facultad de Administración, Finanzas e Informática, carrera de Ingeniería Comercial, matriculada en el proceso de titulación período Noviembre 2020-Abril 2021, el permiso respectivo para elaborar su caso de estudio denominado: “ **Niveles de Ventas en la Heladería Steffy Gelato de la parroquia Isla de Bejucal**”, el cual es requisito indispensable para poder titularse.

Por tanto, se extiende la respectiva autorización que es válida para dar inicio a la elaboración del caso de estudio del solicitante.

Atentamente:

Nexar Wilman Arriciaga Rodríguez

Thaly Mariuxi Salcedo Cercado