



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA**

**PROCESO DE TITULACIÓN**

**JUNIO 2023 - OCTUBRE 2023**

**EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE CARRERA DE CARÁCTER COMPLEXIVO**

**PRUEBA PRÁCTICA**

**INGENIERÍA COMERCIAL**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN COMERCIO**

**TEMA:**

**NIVELES DE VENTAS EN LA EMPRESA DE LOGISTICA Y ELECTRICIDAD  
CAFLOSA DE LA CIUDAD DE BABAHOYO, PERIODO 2022**

**EGRESADA:**

**PALADINES MOREIRA IRAIDA DESIREE**

**TUTOR:**

**ING. LUIS LOZANO CHAGUAY, MAE**

**AÑO 2023**

## RESUMEN

La investigación se llevó a cabo en la empresa privada llamada Caflosa, que ha estado operando formalmente durante 12 años y se dedica a diversas actividades, como el alquiler de grúas y otros equipos de construcción, la venta al por mayor de material eléctrico y el alquiler de bienes inmuebles comerciales. La empresa se encuentra en la provincia de Los Ríos, en Babahoyo, Parroquia Clemente Baquerizo. La investigación se enfocó en estudiar los niveles de ventas de Caflosa en su entorno competitivo. Se encontró que la empresa tiene un flujo de ingresos por ventas aceptable debido a su ventaja competitiva en términos de su flota de grúas. Sin embargo, un aspecto negativo es que la empresa no realiza publicidad en medios o redes sociales debido a problemas de seguridad. La metodología utilizada fue descriptiva, empleando entrevistas y cuestionarios estructurados. La investigación se enmarca en el campo de la gestión financiera, administrativa, tributaria, auditoría y control, con un enfoque en marketing y comercialización. Esta investigación se relaciona con el proyecto de gestión de procesos gerenciales administrativos en el sector público y privado.

**Palabras claves:** Caflosa, Niveles de ventas, Competencia

## **ABSTRACT**

The investigation was carried out in the private company called Caflosa, which has been formally operating for 12 years and is engaged in various activities, such as the rental of cranes and other construction equipment, the wholesale of electrical equipment and the rental of commercial real estate. The company is located in the province of Los Ríos, in Babahoyo, Parroquia Clemente Baquerizo. The research focused on studying Caflosa's sales levels in its competitive environment. The company was found to have an acceptable sales revenue stream due to its competitive advantage in terms of its crane fleet. However, a negative aspect is that the company does not advertise in the media or social networks due to security problems. The methodology used was descriptive, using interviews and structured questionnaires. The research is framed in the field of financial, administrative, tax, audit and control management, with a focus on marketing and commercialization. This research is related to the project of management of administrative management processes in the public and private sectors.

**Keywords:** Caflosa, Sales levels, Competition

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación se realizó al interior de la empresa Caflosa es una entidad de tipo privado y nace como una iniciativa de emprendimiento ya formal desde 12 años, teniendo su registro ante el servicio de rentas internas en el año 2011. Se dedica a varias actividades entre las que se encuentran: Alquiler de grúas con operador y otros equipos de construcción que no pueden asignarse a un tipo de construcción específico con operario, Venta al por mayor del material eléctrico, Actividades de alquiler de bienes inmuebles a cambio de una retribución o por contrato (locales comerciales). La empresa Caflosa tiene su domicilio tributario en la Provincia de Los Ríos, Cantón Babahoyo, Parroquia Clemente Baquerizo, ubicándose específicamente en las Calles 10 de agosto y Eloy Alfaro. Su gerente propietaria es la Sra. María Eugenia Caicedo Sandoya.

El objetivo de la investigación está centrado en estudiar los niveles de ventas de la empresa Caflosa, en medio de su entorno competitivo. Entre los principales aspectos encontrados, se pudo determinar que existe un flujo promedio de ingresos por ventas muy aceptable, debido a que Caflosa tiene ventaja competitiva al contar con más unidades vehiculares o grúas. Un aspecto negativo encontrado es que, debido a la situación de inseguridad la empresa no realiza publicidad en medios o redes sociales.

Dentro del proceso metodológico que se empleó para la investigación, es de carácter descriptivo, lo que permitió identificar y caracterizar las variables de estudio en un periodo de tiempo específico. Se empleó la técnica de la entrevista mediante un instrumento que fue el cuestionario estructurado de preguntas. La línea de investigación en la que se enmarca

este estudio es: Gestión financiera administrativa, tributaria, auditoría y control; y la sublínea de investigación fue: Marketing y Comercialización, que pertenecen a la Escuela de Administración, Carrera de Ingeniería Comercial. Además, se articula esta investigación con el proyecto: Gestión de procesos gerenciales administrativos en el sector público y privados.

## DESARROLLO

La empresa Caflosa es una entidad de tipo privado y nace como una iniciativa de emprendimiento ya formal desde 12 años, teniendo su registro ante el servicio de rentas internas en el año 2011. Se dedica a varias actividades entre las que se encuentran:

- Alquiler de grúas con operador y otros equipos de construcción que no pueden asignarse a un tipo de construcción específico con operario.
- Venta al por mayor del material eléctrico.
- Actividades de alquiler de bienes inmuebles a cambio de una retribución o por contrato (locales comerciales).

La empresa Caflosa tiene su domicilio tributario en la Provincia de Los Ríos, Cantón Babahoyo, Parroquia Clemente Baquerizo, ubicándose específicamente en las Calles 10 de agosto y Eloy Alfaro. Su gerente propietaria es la Sra. María Eugenia Caicedo Sandoya.

El emprendimiento es un término utilizado en la actualidad a nivel global, que busca fomentar en los individuos una visión diferente que les permita determinar oportunidades, no solo de crear nuevas empresas, sino también de ser proactivos e incorporar un mayor dinamismo a la solución de problemas o logro de objetivos personales y sociales. (Lozano et al, 2020)

Las empresas de alquiler de grúas en Ecuador desempeñan un papel fundamental en la industria de la construcción y en una variedad de proyectos industriales en todo el país. Estas compañías ofrecen una amplia gama de servicios de alquiler de grúas, que van desde grúas móviles hasta grúas torre, adaptándose a las necesidades específicas de cada proyecto. Además, su experiencia y conocimiento técnico permiten a las empresas de construcción y otros sectores acceder a equipos especializados de elevación y manejo de cargas de manera eficiente y segura. Estas empresas no solo proporcionan maquinaria de alta calidad, sino que también ofrecen servicios de mantenimiento y asesoramiento técnico, contribuyendo así al desarrollo de proyectos exitosos en Ecuador y promoviendo el crecimiento de la industria de la construcción en el país.

Como empresa especializada y encargada de desarrollar el servicio de operación y alquiler de grúas, uno de los objetivos principales es el de cumplir con los targets de producción, horas de equipos, caudales, seguridad y medio ambientales, por lo que el presente servicio es muy retador para una empresa especializada, como la que desarrolla en el presente proyecto. (Vásquez, 2020)

Las empresas de alquiler de locales comerciales desempeñan un papel esencial en el mundo empresarial, proporcionando a emprendedores y empresas establecidas un espacio físico donde pueden establecer y hacer crecer sus negocios. Estas compañías ofrecen una variedad de opciones, desde pequeños locales en centros comerciales hasta espacios industriales y oficinas en ubicaciones estratégicas. Además de ofrecer ubicaciones convenientes, las empresas de alquiler de locales comerciales brindan flexibilidad en términos de duración del contrato y adaptabilidad en el diseño y la personalización del espacio para satisfacer las necesidades específicas de cada cliente. Su papel en el

ecosistema empresarial es crucial, ya que contribuyen al desarrollo económico al facilitar la expansión y la diversificación de empresas de diferentes tamaños y sectores en un mercado dinámico y competitivo.

Cuando se trata de alquilar un local comercial nos referimos a aquel local que solemos tener para desarrollar un negocio o tenerlo como una inversión. Se puede así arrendar para conseguir una rentabilidad. Son entonces actividades que están a la orden del día. (Burgués, 2023)

El talento humano en las empresas representa uno de los activos más valiosos y determinantes para su éxito. Más allá de la tecnología y los recursos financieros, son las personas que componen una organización las que impulsan la innovación, la productividad y la capacidad de adaptación. La gestión eficiente del talento humano implica reclutar, retener y desarrollar a profesionales talentosos que estén alineados con la cultura y los objetivos de la empresa. Además, promover un ambiente de trabajo saludable, donde se fomente la colaboración, la comunicación efectiva y el crecimiento profesional, es esencial para maximizar el potencial de los empleados. En última instancia, reconocer y valorar el talento humano no solo contribuye al éxito empresarial a corto plazo, sino que también sienta las bases para el crecimiento sostenible y la competitividad a largo plazo en un entorno empresarial en constante evolución.

Al respecto Chóez y Vélez (2021), sostienen que en los últimos años, ha habido una evolución notable en la perspectiva empresarial en Ecuador, donde se ha incrementado el reconocimiento del talento y del recurso humano como elementos cruciales dentro de las empresas. En este contexto, las iniciativas relacionadas con la capacitación y el desarrollo de habilidades, como las escuelas de conducción o formación, desempeñan un papel



esencial en el estímulo de un compromiso sólido por parte del personal hacia las metas y valores de las organizaciones. Esto se convierte en un factor determinante en las operaciones cotidianas de las empresas, ya que contribuye significativamente a la consecución de los objetivos y, en última instancia, al logro del éxito empresarial.

En el caso específico de empresa Caflosa de la ciudad de Babahoyo, mediante una entrevista a su directivo donde se consultó: *¿Cuál es la cantidad de talento humano que labora en CAFLOSA y que cargos ocupan?*, pudiendo establecer que laboran tres personas, tal como se detalla en la Tabla 1:

Tabla 1. *Personal de CAFLOSA Babahoyo.*

<b>Cargo</b>	<b>Cantidad de personal por cargo</b>
Gerente propietaria	1
Supervisor de actividades	1
Chofer/operador	1
<b>Total personal</b>	<b>3 personas</b>

Fuente: Datos de la investigación.

En relación con este tema, Chávez (2018) hace referencia a las palabras de Jiménez (2008) al afirmar que el talento se define como la habilidad que las personas aplican de manera consistente y sostenible para lograr resultados excepcionales, y cuando se combina con un fuerte compromiso, se facilita la consecución de dichos resultados. Asimismo, es importante destacar que las personas con talento no solo aportan al desempeño actual y futuro de la organización a través de sus aptitudes técnicas, habilidades sociales,

capacidades comerciales o competencias de gestión, sino también mediante el potencial de desarrollo que evidencian.

Los ingresos por ventas en la prestación de servicios representan una parte fundamental de la economía global, ya que reflejan la transacción comercial entre las empresas y sus clientes. A diferencia de los productos físicos, los servicios son intangibles, lo que hace que la gestión de los ingresos sea aún más crítica en este ámbito. En este contexto, la generación de ingresos en la prestación de servicios depende en gran medida de la calidad, la eficiencia y la satisfacción del cliente. La habilidad para establecer precios apropiados, gestionar contratos y acuerdos, así como identificar oportunidades de venta se convierte en un componente esencial para maximizar los ingresos en este sector. Además, el análisis de datos y la comprensión de las preferencias del cliente desempeñan un papel crucial en la toma de decisiones estratégicas para optimizar los ingresos y garantizar la rentabilidad a largo plazo en la prestación de servicios.

Al respecto en GestioPolis (2021), se indica que la venta, desde una perspectiva empresarial, implica una serie de acciones estratégicas y operativas destinadas a concretar acuerdos para la transferencia de bienes físicos, servicios e ideas entre los proveedores y sus clientes. Estas acciones se desarrollan en el marco de un sistema de gestión de mercados que identifica las necesidades de los consumidores e intermediarios, y busca satisfacerlas de manera rentable para ambas partes. Esto se logra al ofrecer productos y servicios con la calidad y el precio adecuados, en la cantidad, ubicación y tiempo acordados, al mismo tiempo que se cumplen las expectativas establecidas por los proveedores.

La venta es un proceso esencial en el ámbito empresarial que abarca una serie de estrategias y acciones dirigidas a cerrar acuerdos de intercambio de bienes, servicios o ideas entre los proveedores y sus clientes. Este proceso implica la identificación de las necesidades y deseos de los consumidores, así como la presentación de soluciones que satisfagan estas demandas de manera eficiente y rentable. La venta no se limita únicamente a la transacción económica, sino que también involucra la construcción de relaciones sólidas con los clientes, la comunicación efectiva y la generación de confianza. En última instancia, la venta tiene como objetivo lograr una transacción exitosa que beneficie a ambas partes, cumpliendo con las expectativas y necesidades tanto del proveedor como del cliente.

Según Valera et al (2020), el Diccionario de Marketing de Cultural S.A. describe la venta como un acuerdo en el que el vendedor se compromete a transferir un objeto o un derecho al comprador, a cambio de una suma específica de dinero. Además, la definición abarca la idea de que la venta puede ser vista como un proceso tanto personal como impersonal, en el cual el vendedor busca ejercer influencia sobre el comprador.

En el caso específico de empresa Caflosa de la ciudad de Babahoyo, se analizó sus niveles de ventas dentro del periodo comprendido en el año 2022, cuyo detalle mensual se refleja en la Tabla 2, estableciendo un ingreso promedio mensual de \$ 3.312 por servicio de grúa; \$ 2.500 por alquileres de locales comerciales; \$ 1.500 por venta de materiales eléctricos.

Tabla 2. *Ventas mensuales periodo 2022 CAFLOSA Babahoyo.*

<b>Venta mensual periodo 2022</b>			
Mes	Servicio de grúa	Alquileres locales	Materiales eléctricos
Enero	3000	2500	2000
Febrero	2700	2500	1800

Marzo	3850	2500	1500
Abril	3470	2500	1200
Mayo	2100	2500	1750
Junio	3050	2500	2380
Julio	2900	2500	1400
Agosto	4600	2500	2100
Septiembre	4025	2500	1400
Octubre	3460	2500	800
Noviembre	4500	2500	1250
Diciembre	2100	2500	420
<b>Total cursos</b>	<b>\$ 39.755</b>	<b>\$ 30.000</b>	<b>\$ 18.000</b>

Fuente: Datos de la investigación.

Al respecto Uxbilink (2022), establece que una de las principales inquietudes que preocupan a las empresas, especialmente a sus altos ejecutivos, directores y propietarios, se relaciona con la disminución en las ventas de sus productos o servicios. Enfrentar un bajo volumen de ventas y una tendencia descendente representa un importante desafío para quienes lideran las unidades de negocio. No obstante, el desafío no se limita únicamente a identificar la causa subyacente de este problema, sino también a tomar la decisión de implementar estrategias que se percibe que pueden revertir esta situación adversa. Esto debe llevarse a cabo en un período de tiempo breve y, por supuesto, lograr un efectivo equilibrio y, en ocasiones, incluso un incremento en las ventas.

Un elemento relevante y que con frecuencia impacta en la disminución de los niveles de ventas de una empresa es la presencia de competidores, convirtiéndose en el motivo principal para que la empresa desarrolle y ponga en marcha nuevas estrategias dirigidas a crear una ventaja competitiva, teniendo en consideración las expectativas y requerimientos de los clientes.

Al respecto Romero et al (2020) expresa que los diversos mercados exhiben particularidades y circunstancias que dificultan la comprensión de cómo las organizaciones afrontan la competitividad en su entorno. Como resultado, cada entidad se encuentra en una lucha constante con sus competidores, que se ve agravada por la dinámica del mundo actual, la cual recompensa a aquellas empresas que pueden concebir estrategias que las hagan competitivas y les permitan mantenerse en el mercado. Un factor esencial radica en la capacidad de estas empresas para identificar y aplicar las mejores tácticas que satisfagan las necesidades de los clientes, quienes constantemente elevan sus expectativas debido a los avances tecnológicos y las comodidades que estos brindan.

La empresa Caflosa, de la ciudad de Babahoyo, se ha visto seriamente afectada por la presencia de competencia directa en el área de servicio que esta oferta, para conocer las empresas competidoras, se presenta detalle en la Tabla 3:

Tabla 3. *Competencia directa de ANETA-Babahoyo*

<b>Empresa</b>	<b>Ciudad</b>	<b>Tipo de oferta</b>
Washington Acurio	Babahoyo	Servicio de grúa
Javier Montenegro	Babahoyo	Servicio de grúa

Fuente: Datos de la investigación.

Al respecto Quiroa (2020), sostiene que es fundamental para cualquier empresa comprender y considerar a sus competidores directos, ya que esto les permite consolidar características o ventajas valoradas por los clientes que los distinguen de otras empresas. De

esta manera, pueden centrarse de manera más efectiva en las necesidades y deseos de los clientes para mantener su preferencia. Si los productos de la empresa son preferidos por los clientes y son adquiridos por ellos, este es el factor decisivo para mantener su nivel de participación y su posición en el mercado.

Otro aspecto que influye en la competencia en este tipo de empresas es la cantidad de vehículos o la flota de automóviles de la que dispone la empresa. Esto es crucial en la logística de sus servicios, ya que le permite cumplir con los horarios disponibles para los usuarios y mantenerse competitiva.

Al respecto Beetrack (2022), hace referencia a la cantidad de vehículos que es propiedad de la empresa en cuestión. La rentabilidad de esta cantidad de vehículos depende de cómo se utilice. En general, se sostiene que una empresa debería tener su propio parque automotor cuando su uso sea esencial para sus operaciones comerciales. En otras palabras, es necesario utilizar esta cantidad de vehículos de manera altamente eficiente para que resulte beneficioso mantenerla.

La empresa Caflosa de la ciudad de Babahoyo, cuenta con una infraestructura vehicular de 2 grúas (una grande y otra pequeña), el competidor Washington Acurio cuenta con una infraestructura vehicular de 1 grúa (una grande), el competidor Javier Montenegro cuenta con una infraestructura vehicular de 1 grúa (una grande). Por lo tanto, la empresa Caflosa se ubica por encima de la infraestructura vehicular de la competencia, siendo este un factor muy positivo para competir en el mercado. Considerando que esta actúa dentro de un mercado local que es el Cantón Babahoyo y sectores aledaños. Teniendo en cuenta que un “mercado local es el ámbito geográfico más reducido que existe. Este tipo de mercado engloba a los consumidores de un ámbito municipal o provincial”. (Jiménez, 2021)

La promoción o comunicación en las empresas desempeña un papel fundamental en el éxito y la supervivencia en un mercado cada vez más competitivo y globalizado. Esta función no solo se trata de crear anuncios llamativos o publicidad atractiva, sino de establecer conexiones sólidas con los clientes y el público en general. La promoción efectiva ayuda a las empresas a difundir su mensaje, destacar sus productos o servicios, construir una marca sólida y, lo que es igualmente importante, a comprender y satisfacer las necesidades cambiantes de los consumidores. Además, la comunicación adecuada puede fortalecer la relación de la empresa con sus clientes, generando confianza y lealtad a largo plazo. En resumen, la promoción es una herramienta esencial para impulsar el crecimiento, la visibilidad y el éxito continuo de las empresas en un mundo empresarial cada vez más dinámico y competitivo.

Al respecto Cárdenas (2019) sostiene que la estrategia de comunicación implica la manera en que se convierten los objetivos de comunicación específicos en un lenguaje comprensible para el público receptor, de modo que puedan entenderlos adecuadamente. Cualquier teoría de la comunicación se ve influenciada por las teorías subyacentes de la comunicación, la creatividad y la percepción de estos factores por parte de quienes van a descifrar el mensaje.

A través de la entrevista realizada al propietario, se pudo conocer que desde hace dos años no se emplea medios promocionales o comunicativos para dar a conocer los servicios de Caflosa, debido al elevado nivel de inseguridad que atraviesa el país y el Cantón Babahoyo. Antes se empleaba redes sociales para promocionar los servicios.

Al respecto Limas et al (2019) manifiesta que dentro del ámbito institucional, la comunicación desempeña un papel esencial a través de diversos canales publicitarios. Con

los avances tecnológicos del siglo XXI, ha surgido la publicidad digital, lo que abre nuevas oportunidades para compartir información de manera interactiva y especializada a través de plataformas digitales con el objetivo de llegar de manera más efectiva a los clientes. La publicidad digital está orientada hacia las últimas tendencias y tecnologías, lo que introduce nuevos medios, formatos y conceptos en el campo de la comunicación. Además, esta transformación impulsa cambios en la manera en que las instituciones se comunican con sus clientes, con el propósito de lograr una mayor aceptación, impacto y éxito en la comunicación y en el uso de los medios.

### **CONCLUSIONES**

empresa Caflosa es una entidad de tipo privado y nace como una iniciativa de emprendimiento ya formal desde 12 años, teniendo su registro ante el servicio de rentas internas en el año 2011. Se dedica a varias actividades entre las que se encuentran: Alquiler de grúas con operador y otros equipos de construcción que no pueden asignarse a un tipo de construcción específico con operario, Venta al por mayor del material eléctrico, Actividades de alquiler de bienes inmuebles a cambio de una retribución o por contrato (locales comerciales).

La empresa Caflosa, de la ciudad de Babahoyo, se ha visto afectada por la presencia de competencia directa en el área de servicio que esta oferta, a pesar que la empresa Caflosa se ubica por encima de la infraestructura vehicular de la competencia, siendo este un factor muy positivo para competir en el mercado.

Que, dentro del periodo comprendido en el año 2022, cuyo detalle mensual se refleja en la Tabla 2, estableciendo un ingreso promedio mensual de \$ 3.312 por servicio de



grúa; \$ 2.500 por alquileres de locales comerciales; \$ 1.500 por venta de materiales eléctricos.

Que, desde hace dos años no se emplea medios promocionales o comunicativos para dar a conocer los servicios de Caflosa, debido al elevado nivel de inseguridad que atraviesa el país y el Cantón Babahoyo.

## BIBLIOGRAFIA

Beetrack. (15 de 02 de 2022). *La importancia de la flota vehicular en el sector logístico*.  
Obtenido de <https://www.beetrack.com/es/blog/flota-vehicular>

Burgués, M. (7 de 09 de 2023). *yaencontre noticias*. Obtenido de Derechos y obligaciones de inquilino y arrendador en un contrato de local comercial:  
<https://www.yaencontre.com/noticias/vivienda/alquiler/derechos-deberes-arrendatario-arrendador-contrato-local>

Cárdenas, A. (2019). *Estrategias de comunicación y marketing para el posicionamiento de la marca de la Empresa "Proelectric"*. Quito: Pontifica Universidad Católica del Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/17445/ESTRATEGIAS%20DE%20COMUNICACION%20Y%20MARKETING%20PARA%20EL%20POSICIONAMIENTO%20DE%20LA%20MARCA%20DE%20LA%20EMPRESA%20%20E2%80%9CPROELE.pdf>

Chávez, L. (2018). La gestión del talento humano como estrategia empresarial. *Revista Perspectiva*, 19(4), 553-558. Obtenido de

[http://mail.upagu.edu.pe/files\\_ojs/journals/27/articles/614/submission/copyedit/614-133-2216-1-9-20190131.pdf](http://mail.upagu.edu.pe/files_ojs/journals/27/articles/614/submission/copyedit/614-133-2216-1-9-20190131.pdf)

Chóez, M., & Vélez, L. (2021). Motivación laboral y su relación con el nivel de compromiso organizacional en las escuelas de conducción. *Polo del Conocimiento*, 6(4), 88-107. doi:10.23857/pc.v6i4.2540

GestioPolis. (18 de 05 de 2021). Obtenido de Venta: qué es, cuál es su importancia, sus tipos y proceso: <https://www.gestiopolis.com/venta/>

Jiménez, A. (04 de 06 de 2021). *El Blog Salmón*. Obtenido de ¿Qué tipos de mercados existen?: <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-tipos-de-mercados-existen>

Limas et al, S. (2019). La comunicación corporativa y su influencia a través de la publicidad digital. Un estudio en productos de la línea cosmética y cuidado corporal en el departamento de Boyacá (Colombia). *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, 126–138. Obtenido de [https://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/3630/LaComunicaci%C3%B3nCorporativa\\_Influenciaatrav%C3%A9s.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/3630/LaComunicaci%C3%B3nCorporativa_Influenciaatrav%C3%A9s.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Lozano et al, L. (2020). Tendencia de los estudiantes universitarios hacia el emprendimiento e innovación social. *Revista Ciencia e Investigación*, 5(1), 1-16. doi:<https://doi.org/10.5281/zenodo.3598484>

Quiroa, M. (01 de 04 de 2020). *economipedia*. Obtenido de Competencia directa: <https://economipedia.com/definiciones/competencia-directa.html>

Romero et al, A. (2020). Evaluación de la concentración y competencia del sector bancario ecuatoriano en el periodo 2006-2018. *Revista UTA-Boletín de Coyuntura*(24), 4-12. doi:<http://dx.doi.org/10.31164/bcoyu.24.2020.882>

Uxbilink. (9 de 5 de 2022). Obtenido de Ventas bajas: ¿Qué razones contribuyen a que esto suceda?: <https://www.uxbi.mx/2022/05/09/ventas-bajas-que-razones-contribuyen-a-que-esto-suced/>

Valera et al, M. (2020). *Estrategias de promoción y el incremento de ventas en la empresa servicios y abastecimientos Princesa SAC-Pucallpa, 2018*. Pucallpa: Universidad Nacional de Ucayali. Obtenido de [http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/4221/UNU\\_ADMINISTRACION\\_2020\\_T\\_MILAGRITOS-VALERA-VELA\\_ET-AL.pdf?sequence=1](http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/4221/UNU_ADMINISTRACION_2020_T_MILAGRITOS-VALERA-VELA_ET-AL.pdf?sequence=1)

Vásquez, J. (2020). *Propuesta de gestión de riesgos en el servicio de operación de pozos-dewatering y alquiler de grúas para minería yanacocha*. Trujillo: Universidad Privada Antenor Orrego. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12759/6949>

## **ANEXOS**

### **ANEXO 1**



CAFLOSA

## Logística y Electricidad

Babahoyo, 17 de agosto del 2023

Magister

Eduardo Galens Gujarro

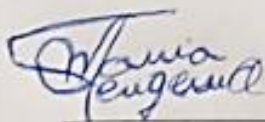
**DECANO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA**

En su despacho.

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos Ronald Gym de la ciudad de Babahoyo del cantón Babahoyo. Por medio de la presente me dirijo a usted para comunicarle que se ha **AUTORIZADO** a la estudiante **PALADINES MOREIRA IRAIDA DESIREE** de la carrera de comercio de la Facultad de Administración Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo para que realice el estudio de caso con el tema: **Niveles de ventas en la empresa de logística y electricidad Caflosa de la ciudad de Babahoyo, periodo 2022**, el cual es requisito indispensable para poder titularse.

Sin otro particular me suscribo de usted

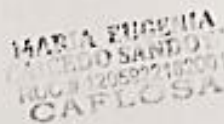
Atentamente



Maria Eugenia Caicedo Sandoya

RUC: 1205922162001

Teléfono: 0990979047



MARIA EUGENIA  
CAICEDO SANDOYA  
RUC: 1205922162001  
CAFLOSA

<b>Apellidos y nombres</b> CAICEDO SANDOYA MARIA EUGENIA		<b>Número RUC</b> 1205922162001
<b>Estado</b> ACTIVO	<b>Régimen</b> RIMPE - NEGOCIO POPULAR	<b>Artesano</b> No registra
<b>Fecha de registro</b> 15/12/2011	<b>Fecha de actualización</b> 31/07/2023	
<b>Inicio de actividades</b> 15/12/2011	<b>Reinicio de actividades</b> No registra	<b>Cese de actividades</b> No registra
<b>Jurisdicción</b> ZONA 5 / LOS RIOS / BABAHOYO		<b>Obligado a llevar contabilidad</b> NO
<b>Tipo</b> PERSONAS NATURALES	<b>Agente de retención</b> NO	<b>Contribuyente especial</b> NO

**Domicilio tributario**
**Ubicación geográfica**
**Provincia:** LOS RIOS **Cantón:** BABAHOYO **Parroquia:** CLEMENTE BAQUERIZO

**Dirección**
**Calle:** 10 DE AGOSTO **Número:** SN **Intersección:** ELOY ALFARO **Número de piso:** 0  
**Referencia:** DIAGONAL AL ALMACEN KATITA

**Medios de contacto**
**Email:** caflosa1@hotmail.com **Celular:** 0990979047

**Actividades económicas**

- F43902001 - ALQUILER DE GRÚAS CON OPERADOR Y OTROS EQUIPOS DE CONSTRUCCIÓN QUE NO PUEDEN ASIGNARSE A UN TIPO DE CONSTRUCCIÓN ESPECÍFICO CON OPERARIO.
- G46632401 - VENTA AL POR MAYOR DE MATERIAL ELECTRICO.
- L68200202 - ACTIVIDADES DE ALQUILER DE BIENES INMUEBLES A CAMBIO DE UNA RETRIBUCIÓN O POR CONTRATO (LOCALES COMERCIALES).
- N78200001 - SUMINISTRO DE TRABAJADORES PARA LAS ACTIVIDADES DE LOS CLIENTES POR PERÍODOS LIMITADOS DE TIEMPO CON EL FIN DE REEMPLAZAR A EMPLEADOS DE LOS CLIENTES O SUPLEMENTAR TEMPORALMENTE SU FUERZA DE TRABAJO, CUANDO LOS TRABAJADORES SUMINISTRADOS SON EMPLEADOS DE LAS PROPIAS AGENCIAS DE EMPLEO TEMPORAL, LAS UNIDADES CLASIFICADAS EN ESTA CLASE NO SE ENCARGAN DE LA SUPERVISIÓN DIRECTA DE SUS EMPLEADOS EN LOS LUGARES DE TRABAJO DE LOS CLIENTES.

**Establecimientos**

Abiertos	Cerrados
1	0

**Obligaciones tributarias**

- 1011 - DECLARACIÓN DE IMPUESTO A LA RENTA PERSONAS NATURALES
- 2021 - DECLARACIÓN SEMESTRAL IVA

<b>Apellidos y nombres</b> CAICEDO SANDOYA MARIA EUGENIA	<b>Número RUC</b> 1205922162001
---	------------------------------------

---


**i** Las obligaciones tributarias reflejadas en este documento están sujetas a cambios. Revise periódicamente sus obligaciones tributarias en [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec).

---

**Números del RUC anteriores**

No registra

---

	Código de verificación:	RCR169439527469843
	Fecha y hora de emisión:	10 de septiembre de 2023 20:21
	Dirección IP:	10.1.2.143
	Validez del certificado: El presente certificado es válido de conformidad a lo establecido en la Resolución No. NAC-DGERCGC15-00000217, publicada en el Tercer Suplemento del Registro Oficial 462 del 19 de marzo de 2015, por lo que no requiere sello ni firma por parte de la Administración Tributaria, mismo que lo puede verificar en la página transaccional SRI en línea y/o en la aplicación SRI Móvil.	

---

2 / 2

[www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec)

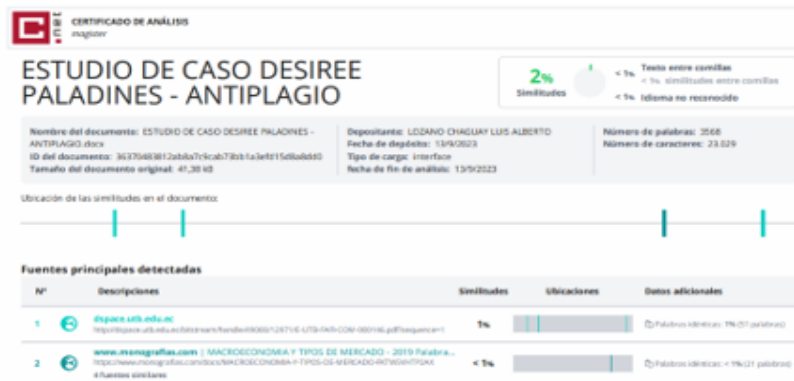


Babahoyo, 13 de septiembre del 2023

**CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES  
 EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de la Investigación de: la Señorita: PALADINES MOREIRA IRAIDA DESIREE, cuyo tema es: **Niveles de ventas en la empresa de logística y electricidad Cafosa de la ciudad de Babahoyo, periodo 2022**, certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio Compilatio, obteniendo como porcentaje de similitud de **[2%]**, resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución y Facultad.

Considerando que, en el Informe Final el porcentaje máximo permitido es el 10% de similitud, queda aprobado para su publicación.



Por lo que se adjunta una captura de pantalla donde se muestra el resultado del porcentaje indicado.

**Ing. Luis Lozano Chaguay, MAE.  
 DOCENTE DE LA FAFI.**