



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

**PROCESO DE TITULCIÓN
ABRIL 2023 – SEPTIEMBRE 2023**

**EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA PRUEBA PRÁCTICA
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIATURA EN COMERCIO**

**TEMA:
ANÁLISIS DE LOS NIVELES DE VENTAS DEL SALÓN DE EVENTOS D´ FLORES
DEL CANTON BABAHOYO PERIODO DEL 2022 – 2023**

**ESTUDIANTE:
CARLOS JOSÉ CHÁVEZ ARIAS.**

**TUTOR:
ING. JOHAN CALDERÓN ANGULO.**

AÑO 2023

Resumen.

El presente estudio de caso se desarrolló en base a las problemáticas que se pudieron apreciar en el Salón de Eventos D´Flores ubicado en la Parroquia La Unión ciudad de Babahoyo, referente al nivel de ventas que mantiene la empresa antes mencionada. La metodología implementada fue el método inductivo además de ciertas técnicas, como lo son la entrevista y una matriz de comparación para obtener información necesaria para comprender los factores que intervinieron en las ventas, en el mismo se podrá encontrar posibles soluciones para que la empresa las tome en cuenta y pueda mejorar los problemas con los que cuenta.

Además, en los resultados de la metodología que se aplicó al desarrollo del proyecto arrojó información de que el control de ingresos que está teniendo dicho local comercial no es del todo eficiente. Además, se puede concluir que se busca identificar cuáles son las estrategias de ventas con las que cuenta el propietario del salón de eventos y así poder brindar una mejora a través de sugerencias que tengan que ver con un flujo de efectivo eficiente, para finalizar se recomienda que la empresa realice una revisión más continua de sus ingresos y gastos y los distribuya de una manera eficaz y eficiente.

Para finalizar dentro del cuadro comparativo se puede apreciar que el crecimiento de las ventas del primer semestre del año 2022 y 2023 y así poder hacer un respectivo análisis del porque el salón de eventos no cuenta con un control de manejo de ingresos y a que se debe las problemáticas y así poder sugerir una posible solución al propietario para poder administrar mejor sus gastos.

Palabras Claves: Factores, identificar, efectivo, eficiente, mejora.

Summary.

The present case study was developed based on the problems that could be seen in the D'Flores Events Hall located in the La Union Parish, city of Babahoyo, referring to the level of sales maintained by the aforementioned company. The methodology implemented was the inductive method in addition to certain techniques, such as the interview and a comparison matrix to obtain information necessary to understand the factors that intervened in sales, in which possible solutions can be found for the company to take. take into account and can improve the problems you have.

Furthermore, the results of the methodology that was applied to the development of the project provided information that the income control that said commercial premises is having is not entirely efficient. Furthermore, it can be concluded that the aim is to identify the sales strategies that the owner of the event hall has and thus be able to provide an improvement through suggestions that have to do with efficient cash flow. Finally, it is recommended that The company carries out a more continuous review of its income and expenses and distributes them in an effective and efficient manner.

To conclude, within the comparative table, it can be seen that the growth in sales in the first half of the year 2022 and 2023 and thus be able to make a respective analysis of why the event hall does not have income management control and why the problems and thus be able to suggest a possible solution to the owner to better manage their expenses.

Keywords: Factors, identify, effective, efficient, improvement.

Índice.

1	Planteamiento del Problema.	5
2	Justificación.....	7
3	Objetivos.....	8
4	Línea de Investigación.	9
5	Marco Conceptual.....	10
6	Marco metodológico.....	21
7	Resultados.....	22
8	Análisis de Resultados.	25
9	Conclusiones.	27
10	Anexos.....	31
11	Referencias.	5

1 Planteamiento del Problema.

El Salón de Eventos D´Flores está ubicado en la ciudad de Babahoyo dentro de la Parroquia La Unión, en las calles Tito Mindiola y 10 de noviembre, es dirigido por su propietaria Sra. Consuelo Cavero, su número de RUC: 120256807-5; esta microempresa se dedica a ofrecer servicios de arrendamiento de un espacio para realizar cualquier tipo de evento social; también ofrece servicio de catering. El encargado del lugar nos dio la autorización para poder realizar la siguiente investigación acerca de cómo son los niveles de ventas o ingresos de su negocio; donde se pudo evidenciar que no se está llevando un sistema adecuado sobre el control de los ingresos económicos, lo cual es motivo para que el Salón de Eventos D´Flores no tenga una buena organización de los documentos contables. Dentro del salón de eventos se pudo palpar una serie de problemas que se pueden relacionar estrechamente con la administración que se tiene dentro del establecimiento y con el proceso de ventas lo cual trae dificultades al dueño.

Dichas problemáticas dentro de la empresa son una oportunidad para evaluar cómo se lleva a cabo el proceso del sistema de ventas dentro del negocio y así poder encontrar una posible solución con lo que se refiere a los estados financieros y los ingresos de la misma sean más elevados el próximo periodo electivo. En la actualidad las empresas se basan solo en las competencias ya que el mundo del comercio se ha vuelto muy competitivo y por otro lado el cliente es lo más importante, puesto que él es quien impone las condiciones y las empresas son las que deben encargarse de satisfacer las necesidades de los mismos. Es por eso que las empresas permanecen dentro del mercado por medio de una ventaja competitiva y para lograrlo deben contar con ciertas características como: innovación, de tecnologías, de productos, prestigio, certificaciones, premios, procesos, sistemas de calidad, etc. para así brindarles un valor agregado a sus clientes.

La principal problemática a la que se enfrenta el salón de eventos es que no existe una persona que se encargue de llevar la contabilidad de dicha empresa; el propietario no lleva del todo una contabilidad precisa con sus documentos comerciales; por ello es que se le dificulta muchas veces tener en cuenta sus montos de ingresos y poder distribuir de una manera adecuada y se pueda solventar todos sus gastos y le quede un fondo para cualquier tipo de situación que se presente en un futuro. El salón de eventos como tal maneja una parte contable ya que es un local comercial que ofrece diferentes tipos de servicios tanto de comida, diversión entre otros. El salón de eventos al momento de tramitar los ingresos del local no basta mantener el personal adecuado, sino que es necesario que todos los interesados de una plantilla trabajen en un mismo proceso, bajo los mismos métodos y objetivos de dicha Institución. Solo los esfuerzos contiguos podrán generar ganancias.

Al momento de no existir una sincronía, los problemas en ventas salen a la superficie. Como mencionamos en el punto anterior, cuando no se tiene un control sobre ciertos documentos de las actividades de las áreas involucradas se produce la pérdida de oportunidades de negocio. El salón de eventos establece precios de acuerdo a su posible competencia, pero esto en un futuro puede ser un inconveniente. Otra de las problemáticas es el marketing con el que se hace conocer el negocio no atrae del todo a los clientes; ya que su marketing no tiene clara la idea hacia los futuros clientes, se pueden presentar situaciones que el salón de eventos al momento de comunicar a sus clientes, pueda que existan consumidores que no reciben su mensaje siendo esto realmente frustrante; ya que resaltan los problemas de marketing el cual es esencial para hacerse conocer en el mercado, realizar ventas e incrementar la rentabilidad de la empresa.

2 Justificación.

El tema es factible porque podemos aplicarlo en el medio al que nos estamos proyectando, el cual es análisis de las ventas en un Salón de Eventos, por lo tanto, es una propuesta de tema factible para el desarrollo del mismo. Además, se cuenta con la participación de los propietarios del local, así como con los insumos, materiales, económicos y tecnológicos necesarios del investigador. Poseemos el material bibliográfico necesario para estructurar el marco teórico y dentro del marco metodológico poder sustentar los métodos de investigación con la cual se espera prosperar en el conocimiento planteado formando reflexión para engrandecer dicha investigación.

La principal problemática es que su control de los ingresos y gastos no es del todo seguro, son de mucha preocupación para el negocio ya que hace que no tenga una sólida parte financiera y así se puedan organizar mejor con respecto al tema financiero, el objetivo de la investigación implica analizar ventas del periodo 2022, y saber cuáles fueron los errores que se generaron y que estos no se vuelvan a cometer durante este nuevo periodo. Dicha investigación beneficiara tanto al propietario del local comercial y a sus trabajadores, porque tendrán ingresos que podrán cubrir sus gastos y quedarse con un margen de utilidad.

El Salón de eventos al no contar con un remodelado espacio físico, está perdiendo clientes; esto hace que no tenga citas previas para festejos, los ingresos bajan y hace que no tengan dinero suficiente para poder financiar una remodelación y para cancelar los sueldos del personal de trabajo a tiempo. La solución que se plantea dentro del estudio de caso es que se pretende realiza un análisis a todas sus ventas durante el periodo del 2022.

3 Objetivos.

Objetivo General.

Evaluar los niveles de ventas de la empresa Eventos D'Flores mediante la aplicación de técnicas de análisis financieros para conocer la situación actual de la Organización.

Objetivos Específicos.

- Determinar los ingresos generados por ventas a través de una matriz comparativa para conocer el crecimiento económico empresarial.
- Identificar las estrategias de ventas mediante una entrevista al propietario, para conocer los puntos a mejorar.
- Sugerir alternativas de marketing y atención al cliente que conlleven a mejorar los niveles de ventas de la organización.

4 Línea de Investigación.

El estudio de caso tiene como línea de investigación que es Gestión Financiera, administrativa, tributaria, auditoria, control gestión es el sistema de información, ya que el negocio refleja actividades comerciales que tienen que ver con el emprendimiento y encierra dentro de la línea de investigación que es asignada por la carrera de Comercio de la Universidad. Mientras que la sublínea de investigación empresas e instituciones públicas y privadas, la cual tiene como dirección el manejo de todo lo administrativo refiriéndose a las organizaciones públicas o privadas. Las líneas de investigación deben relacionarse con el tema en sí y el desarrollo del trabajo del estudio de caso; ya que durante el proceso se podrá presenciar ciertos temas de clases que fueron impartidos durante el estudio de la carrera de Comercio y eso será de mucha ayuda para poder llevar a cabo una excelente redacción del mismo.

Durante el desarrollo del trabajo investigativo existirán comentarios acerca del análisis de venta del Salón de Eventos D´Flores ubicado en la ciudad de Babahoyo en la Parroquia “La Union” ; donde se presentan varias problemáticas una de las principales que no cuenta con una administración de los documentos comerciales adecuada y una mala organización con los estados financieros debido a que el encargado del mismo no está completamente capacitado para poder organizar la contabilidad de su negocio; tampoco cuenta con ayuda de un personal que se dedique al control de este tipo de documentación. Por lo que sus ingresos y egresos no están del todo bien distribuidos y por ello no puede cubrir del todo las necesidades del negocio.

5 Marco Conceptual.

Breve Reseña de la Empresa.

El Salón de Eventos D´Flores es un local comercial que ofrece servicio de arrendamiento para cualquier evento social, y también brinda el servicio de catering, sus inicios fueron en el año 2019 el año donde se inició la pandemia; por ese motivo no pudo funcionar al 100%, en el año 2021 comenzó a trabajar con normalidad y fue un año lleno de muchos eventos, ya que cada semana tenía alquilado el local para algún evento sus ingresos comenzaron a ser considerables, fue en el año 2022 cuando comenzó a obtener ganancias, debido a que ya no se abastecía tuvo que contratar personal provisional para que le ayuden los días que el local contaba con varios contratos.

Importancia de aplicar un análisis de ventas en las empresas.

A continuación, se detallan los principales conceptos sobre el estudio de caso que serán utilizados en la presente investigación y que aportarán elementos para una adecuada comprensión para los lectores del documento. La importancia de llevar un correcto análisis de ventas durante el proceso contable, es un análisis indispensable para cualquier negocio. Los reportes contienen información sobre el rendimiento de las ventas, el comportamiento de los clientes y la eficiencia y eficacia del marketing.

El sistema información contable puede ser definido como la combinación del personal, de los registros y procedimientos que un negocio utiliza con el fin de satisfacer las necesidades de información financiera, podemos considerar que la contabilidad como un sistema de información que registra, mide y regula las actividades de las Instituciones públicas y privadas, procesa información hasta convertirla en reportes los cuales son comunicados a quienes se encargan de la toma de decisiones. (Roman, 2019)

Los manuales, métodos y procedimientos relativos a la incurrancia, clasificación, registro y reporte de las transacciones de una empresa. Como consecuencia, el proceso de manejar, probar y acumular información bajo un sistema de tal naturaleza, conforme con políticas de control interno y administración y con los requisitos regulados por las Instancias correspondientes. es necesario controlar las acciones que implica la contabilidad, es decir, organizar todos los elementos que en ella intervienen para asegurar que se obtendrá la información financiera de forma eficaz y eficiente, que finalmente es el objetivo que se persigue; por ello a los sistemas contables pueden definirse como los "métodos y procedimientos que utiliza una empresa para recopilar, clasificar, resumir y presentar datos financieros para que los administradores y los usuarios externos puedan hacer uso de ellos. (Roman, 2019)

Cómo hemos mencionado, este análisis es primordial para cualquier profesional de ventas marketing ya que le permite: Analizar el rendimiento de las ventas y la evolución del embudo de ventas en tiempo real, identificar las oportunidades de venta, las tasas de conversión de ventas y la calidad, brindar información relevante sobre el público objetivo y las tendencias de compra. Tomar decisiones con argumentos objetivos, basadas en datos.

Las Características de los servicios son de carácter especial no solo se identifica en la comprensión y relevancia de la prestación de los mismos, sino que presentan unas características totalmente distintas que las que presentan los productos y servicios, y que en ocasiones dificultan al consumidor la evaluación del servicio. (Prado, 2028, págs. 14-15)

Importancia de un análisis de rentabilidad.

Así como lo menciona (Ballesta, 2020)

La importancia del análisis de la rentabilidad está determinada, partiendo de las diferentes situaciones que se presentan en la empresa, unos en la rentabilidad o beneficio,

otros en el crecimiento y también en la estabilidad e incluso en el servicio colectivo, en los análisis empresariales la controversia se crea entre la rentabilidad y seguridad o solvencia como datos esenciales de las actividades financieras.

Volumen de Análisis de la Rentabilidad de las empresas

Todas las formas de entender los conceptos de resultado e inversión fijarían un indicador financiero de rentabilidad, al estudiar la rentabilidad en la entidad se puede realizar en diversos niveles, existen dos principales, en función del tipo de resultado y de inversión relacionada con el mismo que se consideran:

- Primer nivel, conocido como rentabilidad económica o del activo, en el que está relacionado un concepto de resultado conocido o previsto, con la totalidad de los capitales económicos utilizados, sin tener en cuenta la fuente de financiamiento origen, esto representa, el rendimiento económico de la empresa.
- Segundo nivel, la rentabilidad financiera, enfrenta un concepto de resultado ilustre o advertido, después de intereses, con recursos propios de la empresa, y que representa el rendimiento correspondiente. (Ballesta, 2020)

El marketing tiene relación con el tema expuesto ya que mientras no atraiga clientes obviamente no habrá quien alquile el local y esto hace que no genere ingresos durante el mes; por ello en múltiples ocasiones se ha acusado al marketing de generar necesidades que los ciudadanos (convertidos en consumidores) no necesitan. Una injusta demonización fruto de una evidente estrechez de miras. El marketing va mucho más allá de la generación de necesidades: podríamos decir que es una filosofía con la que es posible dirigir y controlar los negocios gracias a técnicas de investigación, comprensión y toma de decisiones en las que el eje, es el producto y el consumidor. (Zamareño, 2020)

El Marketing y sus ventajas.

El neuromarketing es el estudio formal de las respuestas del cerebro a la publicidad y a la percepción de las marcas, así como del ajuste de esos mensajes basado en la retroalimentación para obtener mejores respuestas. Si bien existen muchas otras definiciones de neuromarketing, todas coinciden en que, en esencia, una tecnología que es a través de técnicas psicofisiológicas mide y estudia la actividad cerebral para conocer la respuesta de un sujeto a un estímulo. Se trata, en otras palabras, de analizar el procesamiento no consciente de la información en el cerebro de los consumidores. (Ramos, 2020)

Entender y comprender la mentalidad del consumidor es crucial para tener éxito en el mundo de las ventas, es importante reconocer la importancia de comprender cómo piensan y qué motiva a los consumidores para poder venderles de manera más efectiva. En este texto, exploraremos las ventajas de comprender la mentalidad del consumidor y cómo podemos utilizar ese conocimiento para mejorar nuestras estrategias de ventas. (Studies, 2023)

Según (Sanchez L. , 2019) lo menciona que:

La información financiera que se entrega contiene datos acerca de la situación, el rendimiento y los cambios en la situación financiera de una empresa, que es útil para los interesados estos son personas internas y externa. Aun cuando los estados financieros proporcionan información acerca del manejo de los recursos de una entidad por parte de la gerencia (en esencia, desde un punto de vista de información del pasado o histórica), el marco conceptual señala la que información acerca de las finanzas de la empresa, el desempeño y los cambios financieros de una institución, ayuda a los usuarios externos e internos a tomar decisiones desde una perspectiva a futuro. En suma, el marco conceptual señala que los objetivos de los estados financieros:

- Son de suma utilidad para que los inversionistas, acreedores y otros usuarios tomen decisiones racionales acerca de inversiones, créditos y otras decisiones.
- Sean de utilidad para determinar el monto y la oportunidad para generar los flujos de efectivo futuros de la entidad, a efectos de que los inversionistas y los acreedores puedan estimar sus propios ingresos futuros provenientes de dividendos, intereses, venta, redención o vencimiento de valores o préstamos. Los usuarios tendrán mayores posibilidades de evaluar la capacidad de la empresa para generar caja si se les proporciona información sobre los recursos de la empresa.

La importancia de los estados financieros.

El objetivo de los estados financieros es el de proveer información acerca de los activos, pasivos, patrimonio, ingresos y gastos de una entidad, que sea útil para los usuarios de los estados financieros para evaluar la perspectiva de ingresos futuros de efectivo netos a la entidad y evaluar el manejo de los recursos de la entidad por parte de la gerencia. (Sanchez L. , 2019)

En el texto nos define que los estados financieros son preparados para un determinado período y proporcionan información comparativa y, bajo algunas circunstancias, información del futuro, ya que los estados financieros proporcionan información acerca de transacciones y otros hechos vistos desde la perspectiva de la entidad que informa en su conjunto y son normalmente preparados asumiendo que la entidad es una empresa en marcha y que continuará en operación en un futuro previsible.

Las decisiones en los negocios son importantes debido a la gran competencia que existe en los mercados actuales, tanto nacionales como internacionales, es de suma importancia que las empresas cuenten con líderes con una visión global que logren plantear objetivos basados en la interpretación de la información que tienen a su alcance, que sepan analizar cualquier situación y

consigan planear alternativas de crecimiento para la empresa ante cualquier contingencia. Por tal motivo, la información financiera de una empresa debe ser útil para la toma de decisiones, sobre todo, en tres grandes procesos de la empresa: operación, inversión, financiamiento. (Olivera, 2019)

La cuenta contable para realizar los estados financieros son registros económicos que utilizan la moneda para una medida de cuantificación; sin importar el nombre y denominación os registros económicos utilizan la moneda como medida que se le dé a la misma, podemos expresar lo que los registros contables significan gracias a la existencia de pesos, dólares, euros, libras y el momento en el que fueron realizadas las operaciones comerciales. (Magueyal, 2018) (Escarfo, 2022) Lo menciona de la siguiente manera:

La importancia del uso de los estados financieros dentro de una empresa es una de las tareas más importantes que debe hacer la administración de una empresa es mantener al día los registros contables. La contabilidad es el registro y control de todos los movimientos económicos que ha realizado la empresa durante un periodo concreto, por lo que resulta imprescindible para conocer el estado del negocio además de obligatorio para poder informar y presentar los libros contables ante el Estado para poder tener un orden de los ingresos y gastos y así quede un flujo de dinero neto.

Es importante hablar sobre el tema del enfoque de flujo de caja descontado ya que este método, denominado en inglés discounted cash flow (DCF), se basa en la capacidad de la firma para generar riqueza en el futuro. Para llegar al valor de la firma o proyecto, es necesario pronosticar los flujos de caja y descontarlos a un costo de capital apropiado.

Estos flujos de caja pueden ser usados para calcular los indicadores de la conveniencia de un proyecto como el valor presente neto (VPN). Examina en detalle la

determinación de los flujos de caja ya mencionados. Hay que aclarar que, en el contexto de valoración de flujos de caja, cuando se habla de deuda, se refiere a deuda financiera. La deuda financiera es un pasivo, pero un pasivo no siempre se considera una deuda financiera. Esta deuda puede ser de corto o largo plazo y se refiere a aquellas deudas que se contraen con la obligación de pagar unos intereses periódicos.

¿Para qué sirve llevar la contabilidad dentro de la Empresa?

Es importante llevar al mantener actualizados todas y cada una de las actividades que realiza la empresa, esto ayudara a conocer la situación actual contable y financiera que posee la empresa, el registro de compras y ventas de bienes o servicios es el eje fundamental de llevar libros de contabilidad en una institución, esta información al finalizar el periodo se convertirá en reportes financieros que permitirán la toma de decisiones a los gerentes de la empresa.

No obstante, se debe llevar el registro de los libros contables al día. Además, la información que estos contienen debe ser correcta y verídica, ya que la Agencia Tributaria te puede sancionar si hay algún error en los libros.

Procesos de análisis de los estados financieros.

Así como lo menciona (Perez, 2020) los 7 pasos a considerar:

- Determinación del objetivo.
- Lectura de los estados financieros.
- Lectura del informe de auditoría.
- Adecuación de la información.
- Aplicación del instrumental.
- Interpretación de la información.
- Decodificación en lenguaje de usuario.

El análisis de cada uno de los subprocesos indica que antes de comenzar su tarea el analista debe tener perfectamente claro aquello que pretende informar a quien tomará una decisión determinada sobre la gestión. Por ejemplo, establecer la capacidad de pago de la empresa frente al otorgamiento de un crédito, su situación financiera y/o económica con fines de control de gestión, o la rentabilidad de un área de negocios determinada. Debe diferenciar claramente el síntoma de las causas. Por ejemplo, si una empresa tiene problemas financieros, no necesariamente la causa del problema debe ser de esa índole. Una de las posibilidades podría deberse a una cuestión de ingresos insuficientes. Por lo tanto, el origen del problema parte de lo económico y se manifiesta en su aspecto financiero

Normas Internacionales de Auditoría (NIA)

Las Normas Internacionales de Auditoría se deberán aplicar en las auditorías de los estados financieros. Las NIA contienen principios y procedimientos básicos y esenciales para el auditor. Estos deberán ser interpretados en el contexto de la aplicación en el momento de la auditoría. Las NIA son emitidas por el IFAC, para desarrollar y emitir normas de auditoría. La emisión de estas normas ayuda a mejorar el grado de uniformidad de las prácticas de auditoría y servicios relacionados en todo el mundo. (Filgueira, 2020)

Las NIA se estructuran de la siguiente manera:

- Introducción
- Objetivo
- Definiciones
- Requisitos

La importancia de un presupuesto empresarial.

Concepto y finalidad del presupuesto

El presupuesto es una herramienta fundamental para la planificación y el control empresarial a corto plazo, de ahí que comencemos analizando sus características básicas, para proceder a continuación a estudiar las diversas clasificaciones de los presupuestos. (Sanchez O. , 2021, págs. 3-4)

El proceso presupuestario

Así lo afirma (Sanchez O. , 2021)Un presupuesto es un plan de acción dirigido a alcanzar una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas. Los presupuestos presentan las siguientes características:

- Se expresan en unidades monetarias.
- En general, abarcan un periodo de un año.
- Suponen un compromiso de la gerencia.
- Son revisados y autorizados por una autoridad superior.
- Son un referente para el desempeño financiero real, de modo que las desviaciones con el presupuesto deben ser objeto de análisis y explicación.

Como lo menciona (Velez, 2020)

La gestión comercial es la base de toda empresa cuyas actividades se encuentran relacionadas al marketing, la compra, venta y la producción de diferentes productos.

Se encarga de todas las estrategias que se deben aplicar para que la empresa en cuestión tenga cierto nivel de éxito en el ámbito competitivo en el que se mueve. De ahí su importancia dentro de la empresa. Generalmente cada empresa posee un departamento de gestión comercial que se encarga de llevar a cabo el control de todas las actividades financieras que se realicen en la empresa y que tengan por fin contribuir a alcance de los objetivos planteados por la misma.

Suele ser llevada a cabo por un gestor comercial que será el encargado de tratar con proveedores, clientes y empleados. Normalmente, se suele crear un modelo que debe seguir los siguientes pasos:

- Identificar los procesos, diseñar las herramientas, establecer indicadores relacionados a estos procesos y definir estándares para los gerentes.
- Determinar las capacidades (aptitudes, actitudes, conocimientos y habilidades) y definir el alcance (funciones y responsabilidades) de las posiciones de los miembros de la empresa.
- Facilitar las herramientas para el entrenamiento, formación y desarrollo de ejecutivos.
- Comunicar el modelo de gestión Comercial.
- Diseñar un calendario de actividades para la implementación del modelo.
- Realizar un seguimiento para la medición de indicadores, así como definir los planes de comunicación y de mejora en función a la evolución de los indicadores.

Realizar las respectivas declaraciones en el SRI.

Al contar con un comprobante de venta le permite mantener un archivo las transacciones que realiza en la empresa, por lo cual es importante que conocer los tipos de comprobantes que puede emitir dependiendo del tipo de negocio que ha iniciado. Como está ofreciendo un servicio debe contar un servicio de facturación, al momento de realizar la declaración de impuestos al SRI. Las declaraciones se realizan de acuerdo al tipo de empresa y tipo de contribuyente es importante mantenerse al día en las declaraciones tributarias; para evitar multas, recargos, intereses y demás consecuencias que implica no realizar las respectivas declaraciones. es importante realizar las declaraciones a tiempo con esto contribuye al país y permite estar al día con sus obligaciones tributarias, es así que el SRI pone en consideración diferentes canales para

realizar el pago de manera oportuna. Este tipo de trámite tributario lo realiza el propietario; debido a que es un procedimiento sencillo y rápido, aunque su negocio va creciendo está dispuesto a invertir dinero para contratar a una persona que se ocupe de todos los trámites financieros que le corresponde realizar al Salón de Eventos.

6 Marco metodológico

El método de investigación utilizado para el desarrollo del presente estudio fue el método deductivo, ya que a través de este método se podrá llegar a las conclusiones generales de manera más eficaz; a través de las técnicas adecuadas que se aplicaran dentro del proceso metodológico, para así cumplir con el desarrollo del presente trabajo en base a los resultados obtenidos de manera cuantitativa.

Técnicas.

Las técnicas que se implementaron fueron entrevista y matriz comparativa, para la elaboración y desarrollo son el cuestionario de entrevista de manera directa al propietario del Salón de Eventos D´Flores, para que de esta manera se pueda obtener información más detallada sobre dicho establecimiento y los análisis de ventas que actualmente se tienen dentro del negocio. También se aplicó una matriz comparativa para determinar los ingresos percibidos por la empresa en el periodo estudiado.

Instrumentos.

Matriz comparativa: Con la aplicación de este instrumento se determinó los niveles de ventas, ya que se comparó entre periodos, referente a los meses de los años elegidos.

Entrevista: Con el cuestionario de entrevista que fue dirigida al propietario del local comercial; se logró obtener información relevante sobre las estrategias de ventas aplicadas.

7 Resultados.

Objetivo.

Determinar los ingresos generados por ventas.

Tabla 1

Comparación de ventas del periodo 2022-2023

<i>Meses</i>	<i>Ventas del primer semestre 2022</i>	<i>Ventas del primer semestre 2023</i>	<i>Diferencia en dólares</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Criterio.</i>
<i>Enero</i>	<i>\$2728,50</i>	<i>\$3200,50</i>	<i>\$472</i>	<i>15%</i>	<i>Crecimiento</i>
<i>Febrero</i>	<i>\$3223,20</i>	<i>\$3240,55</i>	<i>\$17,35</i>	<i>0,5%</i>	<i>Crecimiento</i>
<i>Marzo</i>	<i>\$2800,70</i>	<i>\$3500,20</i>	<i>\$699,50</i>	<i>20%</i>	<i>Crecimiento</i>
<i>Abril</i>	<i>\$3700,25</i>	<i>\$3020,55</i>	<i>\$679,70</i>	<i>21%</i>	<i>Decrecimiento</i>
<i>Mayo</i>	<i>\$4125,50</i>	<i>\$3300,85</i>	<i>\$824,65</i>	<i>25%</i>	<i>Decrecimiento</i>
<i>Junio</i>	<i>\$2126,20</i>	<i>\$4200,70</i>	<i>\$2074,50</i>	<i>49%</i>	<i>Crecimiento</i>
<i>Julio</i>	<i>\$4280,28</i>	<i>\$5205,20</i>	<i>\$924,92</i>	<i>18%</i>	<i>Crecimiento</i>
<i>Total de Ventas</i>	<i>\$22984,63</i>	<i>\$25668,55</i>	<i>\$2683,92</i>	<i>10%</i>	<i>Crecimiento.</i>

Fuente: Propietario del Salón de Eventos D Flores.

Elaborado por: Carlos José Chávez Arias.

Objetivo.

Identificar las estrategias de ventas.

Tabla 2

Resultados de la entrevista aplicada a la propietaria del Salón de Eventos D'Flores.

Orden	Preguntas	Datos relevantes encontrados
1	¿Su local cuenta con un buzón de sugerencias dirigido a sus clientes y para mejorar sus servicios?	R: Si, pero no como tal un buzón, pero si se le realizan ciertas preguntas para saber sobre la experiencia que tuvo al contratar el servicio y así poder mejorar gracias a las respuestas y poder brindar un mejor servicio y obtener resultados excelentes al momento de contabilizar los ingresos.
2	¿Cómo optimiza los gastos del Salón de Eventos?	R: Busco un proveedor el cual cuente con el 100% de las cosas que utilizo, para así no necesitar más proveedores. Con ello optimo mis gastos porque el mismo proveedor se encarga de distribuirme la mayoría de las cosas, no gasto en entregas a domicilio o algo parecido.
3	¿Dentro del marketing que aplica utiliza las redes sociales para llamar la atención del cliente?	R: Por el momento solo cuento con la publicidad por WhatsApp. Donde se brinda información completa a cerca de los servicios

		que ofrece en su totalidad el salón de eventos.
4	¿Ha pensado en remodelar el local para atraer más clientes y así generar más ingresos?	R: Si, pero debido a que no queda un fondo suficiente de ingresos para realizar una remodelación en general y así evitarnos la molestia de ir haciendo la remodelación por partes.
5	¿Ofrece usted algún tipo de servicio adicional gratuito para atraer más clientes?	R: Si, dependiendo el tipo de contrato que la persona haga al momento de solicitar los servicios del salón de eventos. Se llega a un acuerdo y se le brinda un obsequio a la persona por haber solicitado el arrendamiento del local.
6	¿Sus precios son iguales o más elevados en comparación de su competencia?	R: No lo sé, yo me manejo con mis precios de cobrar por hora cada evento social, adicional de lo que pidan dentro del servicio.

Fuente: Entrevista aplicada a la Chef. Consuelo Cavero P.

Elaborado por: Carlos José Chávez Arias.

8 Análisis de Resultados.

Luego de haber realizado la matriz comparativa se puede observar que el mes de Enero tuvo un alto crecimiento de un 15% de ventas eso hace referencia a que ese mes fue productivo para el salón de eventos, mientras que el mes de Febrero no fue del todo productivo ya que tuvo un incremento entre el año 2022 al 2023 de 0,5% lo cual indica que no estuvo en funcionamiento con regularidad el local; el mes de marzo aumento un 20% en comparación con los dos primeros meses, pero luego el mes de Abril y Mayo las ventas entre los dos años fueron desfavorables para el salón de eventos ya que no hubo mucha afluencia de clientes queriendo prestar los servicios del mismo; el mes de Junio fue el más beneficioso para el salón de eventos ya que entre los dos años tuvo un crecimiento del 49% de ventas por la prestación de los servicios del local comercial, ya para Julio nuevamente bajo un poco el porcentaje pero a comparación del año 2022 hubo un 18% de ganancias este mes.

Para finalizar en los porcentajes de ventas se puede apreciar que la empresa como tal; entre el primer semestre del 2022 y el primer semestre del 2023 hubo un crecimiento de las ventas refiriéndose con exactitud a los contratos que se dieron en el salón de eventos, la empresa tuvo excelente acogida en el inicio del periodo 2023 a comparación del año anterior. Pero eso no indica que la propietaria realice un control adecuado de todos sus ingresos.

Al momento en que se realizó la entrevista como primer punto se pudo decir que la propietaria aplica ciertas estrategias para mantener sus servicios con una excelente calidad, pero eso no le asegura una estabilidad económica con respecto al crecimiento de las ventas; ya que como se puede observar en la primera pregunta es; si ella cuenta con un tipo de buzón de sugerencias para mejorar sus servicios y poder aumentar sus ventas gracias a las recomendaciones que les brindan los clientes. Como segundo punto tenemos que optimizar sus

gastos de manera general para poder controlar mejor su dinero y poder solventarse durante el mes con lo que se genera en los contratos de los eventos,

A continuación se habla sobre la estrategia de venta acerca de la publicidad ya que es de suma importancia que las empresas cuenten con una excelente publicidad porque es gracias a ello que el producto o servicio se da a conocer dentro del mercado meta; entonces tenemos que la propietaria aplica dentro de su negocio lo que es la publicidad por redes sociales en este caso WhatsApp que es una plataforma donde ella ofrece información detalladas de los tipos de servicios que ofrece el salón de eventos y así los clientes puedan obtener una mejor información a acerca de los precios, horarios y demás paquetes. Un aspecto importante que se ha tomado en cuenta es que la propietaria piensa remodelar el salón de eventos, pero debido a que sus ingresos no son iguales todos los meses se ha tomado la decisión de ir remodelando por parte y distribuyendo sus ingresos para así poder cubrir todas las necesidades requeridas dentro del local comercial.

Para finalizar, se analiza la estrategia de que al momento de ofrecer algún servicio adicional gratuito la propietaria se beneficia, porque atrae más cliente y por ende más contratos que significa ingreso de dinero para el salón d eventos, por último la competencia no ha sido un problema para ella puesto a que indico que los precios son por hora y dependiendo el tipo de evento social que se vaya a celebrar, siempre se ha mantenido con sus precios de ese modo.

9 Conclusiones.

En los datos obtenidos del negocio se observa que, en el primer semestre del año 2021, la empresa ha tenido ingresos por ventas por un valor de \$22.984,63 (Veintidós mil novecientos ochenta y cuatro 63/100) , así mismo en el primer semestre del año 2023, se muestran ingresos por un monto de \$25.668,55 (veinticinco mil seiscientos sesenta y ocho 55/100), al realizar la comparación de ingresos de los dos primeros semestres del año 2022 y el año 2023, se establece que hubo un ligero crecimiento en los ingresos del año 2023,

Existió un decrecimiento en los ingresos del primer semestre del año 2022 y el primer semestre del año 2023, en los meses de abril y mayo correspondientemente.

Es importante continuar con el constante crecimiento del negocio, esto implica la búsqueda de estrategias de ventas acorde a los servicios que ofrece esta empresa.

Con la entrevista que se le realizó a la propietaria se establecen criterios importantes que ayudan a llevar un crecimiento adecuado del negocio, al conocer si la empresa cuenta con estrategias de marketing que puedan llamar la atención del cliente.

El salo de Eventos D Flores, con la finalidad de que la empresa sea más eficiente deberá implementar una nueva metodología de marketing para poder brindar a los clientes servicios de excelente calidad; y así obtener más contratos en cada semana. La empresa debe ser más competitiva dentro del mercado en el que está ubicado para que así en vez de perder oportunidades, tenga más reconocimiento para poder generar más ventas lo cual significa más ingresos.

Recomendación.

El salón de Eventos debe continuar aplicando las estrategias de venta que hasta el momento ha utilizado e ir mejorando e innovando dichas estrategias dentro del establecimiento, para así mejorar los resultados financieros del próximo periodo. Al momento de implementar una nueva modalidad de publicidad donde los clientes capten el mensaje, al poder transmitir cierta información de los servicios que ofrece el local comercial podrá tener más contratos en el local para aumentar las ventas.

La empresa deberá reconocer de forma adecuada las estrategias para que tenga un crecimiento económico a través de las estrategias de marketing y comunicación. Un buen marketing implica una publicidad de alta calidad para poder contribuir de manera positiva en la empresa y así generar más ventas gracias a la publicidad.

También se recomienda que el propietario debe contar con un departamento contable donde una persona este encargado del mismo y así pueda tener un control sobre sus ingresos y egresos, para poder distribuirlos debido a las necesidades dentro del local y poder siempre contar con un margen de utilidad cada mes.

Las estrategias de marketing que se apliquen; son siempre con el beneficio de poder contribuir al crecimiento económico de la empresa, en cuyo caso esta vez será para poder aumentar los contratos de los eventos sociales dentro del local y así aumentar sus ingresos, en el desarrollo del proyecto se propuso ciertas mejoras que pueden ser del todo favorables para implementarlas en la organización de dicha institución. Para incrementar los ingresos del local de eventos D' Flores, es importante que ofrezca un valor agregado al servicio prestado, por ejemplo, en ciertas ocasiones puede extender un poco más el tiempo para el que fue contratado, esto sirve de estrategia para que pueda tener más contratos e incrementar sus ventas y por lo consiguiente sus ingresos, puesto que un cliente satisfecho regresa y recomienda el servicio.

10 Referencias.

Ballesta, J. (2020). Importancia. En J. Ballesta, *Análisis de la Rentabilidad de la empresa*.

Obtenido de <http://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisr.pdf>

Escarfo, E. (2022). *Análisis financiero integral*. Obtenido de

https://www.google.com.ec/books/edition/An%C3%A1lisis_financiero_integral/HzJ7EAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=niveles+de+ventas&pg=PA423&printsec=frontcover

Filgueira, A. (2020). *Manual de Auditoria*. Obtenido de

https://www.google.com.ec/books/edition/Manual_de_Auditor%C3%ADa_de_Estados_Financieros/JNv7DwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=estados+financieros&printsec=frontcover

Magueyal, L. (2018). *Estados Financieros*. Monterrey, Mexico. Obtenido de

https://www.google.com.ec/books/edition/Estados_financieros_Una_visi%C3%B3n_algebrai/b9JiDwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=estados+financieros&printsec=frontcover

Olivera, J. (2019). *Análisis de Estados Financieros*. Editorial UNID. Obtenido de

https://www.google.com.ec/books/edition/An%C3%A1lisis_de_estados_financieros/Z7sQDQAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0

Perez, J. (2020). *Fundamentos*. EDUCC. Obtenido de

https://www.google.com.ec/books/edition/An%C3%A1lisis_de_estados_financieros/x-72DwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=estados+financieros&printsec=frontcover

Prado, A. (2028). *Marketing industrial y de servicios*. Obtenido de

https://www.google.com.ec/books/edition/Marketing_industrial_y_de_servicios/gG56DwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0

Ramos, J. (2020). *Técnicas de Neuromarketing*. Obtenido de [https://www.google.com.ec/books/edition/T%C3%A9nicas_de_neuromarketing/ZTsIE](https://www.google.com.ec/books/edition/T%C3%A9nicas_de_neuromarketing/ZTsIEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=ventas&printsec=frontcover)

[AAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=ventas&printsec=frontcover](https://www.google.com.ec/books/edition/T%C3%A9nicas_de_neuromarketing/ZTsIEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=ventas&printsec=frontcover)

Roman, C. (2019). *Sistema de Información Contable*. Ediciones Fiscales.

Sanchez, L. (2019). *Contabilidad Financiera Intermedia*. Peru: Fondo Editorial. Obtenido de

[https://www.google.com.ec/books/edition/Contabilidad_financiera_intermedia_estad/faR](https://www.google.com.ec/books/edition/Contabilidad_financiera_intermedia_estad/faROEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=estados+financieros&printsec=frontcover)

[OEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=estados+financieros&printsec=frontcover](https://www.google.com.ec/books/edition/Contabilidad_financiera_intermedia_estad/faROEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=estados+financieros&printsec=frontcover)

Sanchez, O. (2021). *Gestión Económico - Financiero básica de la actividad de ventas e intermediación*. Paraninfo S.A. Obtenido de

[https://www.google.com.ec/books/edition/Gesti%C3%B3n_econ%C3%B3mico_financie](https://www.google.com.ec/books/edition/Gesti%C3%B3n_econ%C3%B3mico_financiera_b%C3%A1sica_d/oBQZEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=ventas&printsec=frontcover)

[ra_b%C3%A1sica_d/oBQZEAAAQBAJ?hl=es-](https://www.google.com.ec/books/edition/Gesti%C3%B3n_econ%C3%B3mico_financiera_b%C3%A1sica_d/oBQZEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=ventas&printsec=frontcover)

[419&gbpv=1&dq=ventas&printsec=frontcover](https://www.google.com.ec/books/edition/Gesti%C3%B3n_econ%C3%B3mico_financiera_b%C3%A1sica_d/oBQZEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=ventas&printsec=frontcover)

Studies, W. (2023). *Coaching de ventas*. Alemania. Obtenido de

[https://www.google.com.ec/books/edition/Coaching_de_Ventas_Coaching_de_ventas/Hu](https://www.google.com.ec/books/edition/Coaching_de_Ventas_Coaching_de_ventas/Hu3NEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=ventas&printsec=frontcover)

[3NEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=ventas&printsec=frontcover](https://www.google.com.ec/books/edition/Coaching_de_Ventas_Coaching_de_ventas/Hu3NEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=ventas&printsec=frontcover)

Velez, C. (2020). *Gestión de ventas-marketing y utilización de redes sociales*. España. Obtenido

de [https://www.google.com.ec/books/edition/COMT040PO_Gesti%C3%B3n_de_ventas_](https://www.google.com.ec/books/edition/COMT040PO_Gesti%C3%B3n_de_ventas_marketing_d/vSLtDwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1)

[marketing_d/vSLtDwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1](https://www.google.com.ec/books/edition/COMT040PO_Gesti%C3%B3n_de_ventas_marketing_d/vSLtDwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1)

Zamareño, G. (2020). Marketing. En G. Zamareño, *Marketing y Ventas*. España: Editorial

Elearning, S.L. Obtenido de

[https://www.google.com.ec/books/edition/Marketing_y_ventas/PsjiDwAAQBAJ?hl=es-](https://www.google.com.ec/books/edition/Marketing_y_ventas/PsjiDwAAQBAJ?hl=es-419&gbp)

[419&gbp](https://www.google.com.ec/books/edition/Marketing_y_ventas/PsjiDwAAQBAJ?hl=es-419&gbp)

11 Anexos
Anexo N.-1

Registro Único de Contribuyentes

SRI		Certificado Registro Único de Contribuyentes	
Apellidos y nombres CAVERO PEÑAFIEL CONSUELO DEL ROSARIO		Número RUC 1202568075001	
Estado ACTIVO	Régimen RIMPE - NEGOCIO POPULAR	Artesano JNDA	
Fecha de registro 25/03/2013	Fecha de actualización 30/09/2022		
Inicio de actividades 25/03/2013	Reinicio de actividades 04/05/2022	Cese de actividades 08/12/2020	
Jurisdicción ZONA 5 / LOS RIOS / BABAHOYO		Obligado a llevar contabilidad NO	
Tipo PERSONAS NATURALES	Agente de retención NO	Contribuyente especial NO	
Domicilio tributario			
Ubicación geográfica			
Provincia: LOS RIOS Cantón: BABAHOYO Parroquia: LA UNION			
Dirección			
Calle: JUAN CHANALATA Número: S/N Intersección: SAN JACINTO Referencia: ADENTRO DE LA UNIDAD EDUCATIVA CARLOS ALBERTO AGUIRRE AVILES			
Medios de contacto			
Celular: 0988362024 Teléfono domicilio: 052905074 Email: consuelocavero@hotmail.com			
Actividades económicas			
- C10750401 - SERVICIOS DE APOYO A LA ELABORACIÓN DE COMIDAS Y PLATOS PREPARADOS A CAMBIO DE UNA RETRIBUCIÓN O POR CONTRATO. - I56100101 - VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN RESTAURANTES, INCLUSO PARA LLEVAR.			
Establecimientos			
Abiertos 1		Cerrados 2	
Obligaciones tributarias			
- 1011 - DECLARACIÓN DE IMPUESTO A LA RENTA PERSONAS NATURALES			
<small>Las obligaciones tributarias reflejadas en este documento están sujetas a cambios. Revise periódicamente sus obligaciones tributarias en www.sri.gob.ec.</small>			
Números del RUC anteriores No registra			

SRI SE VERIFICA QUE LOS DOCUMENTOS DE IDENTIDAD Y CERTIFICADO DE VOTACIÓN ORIGINALES PRESENTADOS PERTENECEN AL CONTRIBUYENTE.
30 SEP 2022
Firma del Servidor Responsable
USUARIO: DKAM160707 AGENCIA: BABAHOYO

SRI
AGENCIA AL CONTRIBUYENTE

Fuente: Consulta de Ruc de la empresa

Elaborado por: Servicios de Rentas Internas

Anexo N.- 2

Comparación de ventas

Meses	Ventas del primer semestre del 2022	Meses	Ventas del segundo semestre del 2023	Diferencia	Porcentaje	Criterio
Enero	\$2728,50	Enero	\$3200,50	\$472	15%	<i>Crecimiento</i>
Febrero	\$3223,20	Febrero	\$3240,55	\$17,35	0,5%	<i>Crecimiento</i>
Marzo	\$2800,70	Marzo	\$3500,20	\$699,50	20%	<i>Crecimiento</i>
Abril	\$3700,25	Abril	\$3020,55	\$679,70	21%	<i>Decrecimiento</i>
Mayo	\$4125,50	Mayo	\$3300,85	\$824,65	25%	<i>Decrecimiento</i>
Junio	\$2126,20	Junio	\$4200,70	\$2074,50	49%	<i>Crecimiento</i>
Julio	\$4280,28		\$5205,20	\$924,92	18%	<i>Crecimiento</i>
Total de ventas, primer semestre	\$22984,63	Total de ventas, primer semestre	\$25668,55	\$2683,92	10%	<i>Crecimiento</i>

Fuente: Propietaria del Salón de Eventos D'Flores.

Elaborado por: Carlos José Chávez Arias.

Anexo N.- 3

Resultados de la entrevista aplicada a la propietaria del Salón de Eventos D'Flores.

Orden	Preguntas	Datos relevantes encontrados
1	¿Su local cuenta con un buzón de sugerencias dirigido a sus clientes y para mejorar sus servicios?	
2	¿Cómo optimiza los gastos del Salón de Eventos?	
3	¿Dentro del marketing que aplica utiliza las redes sociales para llamar la atención del cliente?	
4	¿Ha pensado en remodelar el local para atraer más clientes y así generar más ingresos?	
5	¿Ofrece usted algún tipo de servicio adicional gratuito para atraer más clientes?	
6	¿Sus precios son iguales o más elevados en comparación de su competencia?	

Fuente: Entrevista aplicada a la propietaria del local comercial

Elaborado por: Carlos José Chávez Arias.

Anexo N.- 4

Carta de autorización de la empresa

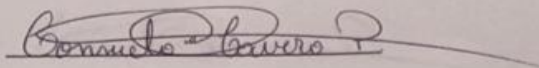
La Union, 7 de Septiembre del 2023.

Magister.
Eduardo Galeas Guijarro.
DECANO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA.

Reciba usted un cordial saludo de parte de quien conforma la empresa **Salón de Eventos D'Flores** ubicados en la Parroquia La Union de la ciudad de Babahoyo provincia de Los Ríos. Por medio de la presente me dirijo a usted para comunicarle que se ha **AUTORIZADO** al estudiante: **CHAVEZ ARIAS JOSE CARLOS**, 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: **ANÁLISIS DE LOS NIVELES DE VENTAS DEL SALÓN DE EVENTOS D'FLORES DEL PERIODO 2022 – 2023** de la Parroquia La Union de la ciudad de Babahoyo provincia de Los Ríos, el cual es requisito indispensable para poder titularse.

Sin otro particular me suscribo de usted.

Atentamente.



Chef. Consuelo Cavero P.


120256807-5

Consuelocavero12@hotmail.com


0988362024

Anexo N.- 5

Análisis Compilatio



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA
CARRERA DE COMERCIO (REDISEÑADA)



Babahoyo, 14 de septiembre del 2023

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

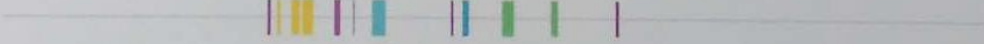
En mi calidad de Tutor del Trabajo de la Investigación de: el/la, Sr./Sra./ Srta.: **Chávez Arias Carlos Jose**, cuyo tema es: Niveles de venta del salón de eventos D'Flores del cantón Babahoyo periodo del 2022 - 2023, certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio Compilatio, obteniendo como porcentaje de similitud de [6%], 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.


Chavez Arias Carlos Jose

<p>6% Similitudes</p>	<p>0% Texto entre comillas <small>0% similitudes entre comillas</small></p> <p>< 1% Idioma no reconocido</p>	
<p><small>Nombre del documento: Chavez Arias Carlos Jose.docx ID del documento: 7730b09d109a8fee7e4cb3d8434caef3b41419fe Tamaño del documento original: 46.93 kB</small></p>	<p><small>Depositante: CALDERON ANGULO REYES JOHAN Fecha de depósito: 14/9/2023 Tipo de carga: interface fecha de fin de análisis: 14/9/2023</small></p>	<p><small>Número de palabras: 6237 Número de caracteres: 38.954</small></p>

Ubicación de las similitudes en el documento



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



Ing. Johan Calderon Angulo
DOCENTE DE LA FAFI.