



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTIÓN EMPRESARIAL
E INFORMÁTICA**

ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

CARRERA:

LICENCIATURA EN MARKETING

**INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN MARKETING**

TEMA:

**PLAN DE COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS PARA EL
FORTALECIMIENTO DE LA EMPRESA DE SEGURIDAD PRIVADA
“SEGURIVANOVCIA LTDA” EN EL CANTÓN GUARANDA PROVINCIA
BOLÍVAR EN EL AÑO 2018**

AUTOR:

BYRON ANDRÉS COCHA ROMERO

DIRECTOR:

ING. WILTER CAMACHO Msc.

PARES ACADEMICOS:

ING. DIEGO PARRA.

ECO. CARMITA BORJA.

GUARANDA – ECUADOR

2018

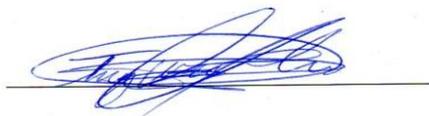
CERTIFICADO DEL DIRECTOR

**ING. WILTER CAMACHO ARELLANO. MSC.
DIRECTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

CERTIFICA

Que el presente proyecto para obtener el Título de Licenciado en Marketing, cuyo tema es: **“PLAN DE COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA EMPRESA DE SEGURIDAD PRIVADA “SEGURIVANOV CIA LTDA” EN EL CANTÓN GUARANDA PROVINCIA BOLÍVAR EN EL AÑO 2018”**, de autoría del Sr. **Byron Andrés Cocha Romero**, ha sido debidamente revisado y cumple con los requisitos correspondientes a las normas establecidas en el reglamento de titulación de la facultad de Ciencias Administrativas Gestión Empresarial e Informática por lo tanto faculta al autor estar en condiciones de entregar el proyecto para continuar con los procesos legales que así lo dispone la Universidad Estatal de Bolívar.

Guaranda 25 de junio del 2018



**Ing. Wilter Camacho Arellano Msc.
DIRECTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

AUTORÍA NOTARIADA

Yo, **Byron Andrés Cocha Romero** declaro ser el único autor del trabajo de investigación **“Plan de comercialización y ventas para el fortalecimiento de la empresa de seguridad privada “Segurivanov Cia Ltda” en el Cantón Guaranda Provincia Bolívar en el año 2018”** previo a la obtención del título de Licenciado En Marketing, y expreso que el presente trabajo es original, mediante la aplicación de mis conocimientos con las adecuadas referencias académicas y consultas bibliográficas de otros autores por lo cual eximo expresamente a la **UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR** y a sus representantes legales posibles reclamos o acciones legales.



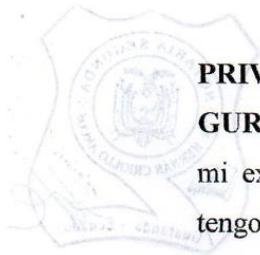
Byron Andrés Cocha Romero

CI: 0202186714

20180201002P01713 DECLARACION JURAMENTADA
OTORGAN: BYRON ANDRÉS COCHA ROMERO
CUANTIA: INDETERMINADA
DI 2 COPIAS



En la ciudad de Guaranda, República del Ecuador, hoy día martes treinta y uno de julio de dos mil dieciocho, ante mí DOCTOR HERNÁN RAMIRO CRIOLLO ARCOS, NOTARIO SEGUNDO DE ESTE CANTÓN, comparece el señor Byron Andrés Cocha Romero, domiciliado en la calle García Moreno, cantón San José de Chimbo y de tránsito por este lugar, con celular número cero nueve ocho dos dos dos siete cero siete cuatro, correo electrónico: andres_bacr@hotmail.com por sus propios derechos. El compareciente es de nacionalidad ecuatoriana, mayor de edad, de estado civil soltero; a quién de conocerlo doy fe, en virtud de haberme exhibido sus cédula de ciudadanía en base a la que procedo a obtener sus certificado electrónicos de datos de identidad ciudadana, del Registro Civil, mismos que agrego a esta escritura como documentos habilitantes; bien instruido por mí el Notario en el objeto y resultados de esta escritura de Declaración Juramentada que a celebrarla procede, libre y voluntariamente.- En efecto juramentado que fue en legal forma previa las advertencias de la gravedad del juramento, de las penas de perjurio y de la obligación que tienen de decir la verdad con claridad y exactitud, declaran lo siguiente: “Yo, BYRON ANDRÉS COCHA ROMERO, declaro bajo juramento, que previo a la obtención del Título de Licenciado en Marketing, manifiesto que los criterios e ideas emitidas en el presente Proyecto, investigación Titulado: **“PLAN DE COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA EMPRESA DE SEGURIDAD**



PRIVADA “SEGURIVANOV CIA. LTDA.” EN EL CANTÓN GURANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, EN EL AÑO 2018”, es de mi exclusiva responsabilidad en calidad de autor”. Es todo cuanto tengo que decir en honor a la verdad. Hasta aquí la declaración juramentada que junto con los documentos anexos y habilitantes que se incorpora queda elevada a escritura pública con todo el valor legal; y, que el compareciente acepta en todas y cada una de sus partes, para la celebración de la presente escritura se observaron los preceptos y requisitos previstos en la Ley Notarial; y, leída que le fue a al comparecientes por mí el Notario, se ratifican y firman conmigo, en unidad de acto quedando incorporada en el Protocolo de esta Notaría, de todo cuanto DOY FE.

Byron

Sr. Byron Andrés Cocha Romero
C.C. 0202186714



Hernán *Criollo*
DR. HERNÁN RAMIRO CRIOLLO ARCOS
NOTARIO SEGUNDO DE CANTÓN GUARANDA

De

Se otorgó ante mí y en fe de ello confiero ésta *Segundo* copia certificada, firmada y sellada en *2* copias Guaranda, *31* de *Julio* del 20*18*

Hernán *Criollo*
Dr. Hernán Criollo Arcos
NOTARIO SEGUNDO DEL CANTÓN GUARANDA



AUTORÍA DEL TRABAJO

Yo, Byron Andrés Cocha Romero, en calidad de autor del trabajo de investigación: “PLAN DE COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA EMPRESA DE SEGURIDAD PRIVADA “SEGURIVANOV CIA LTDA” EN EL CANTÓN GUARANDA PROVINCIA BOLÍVAR EN EL AÑO 2018”.

Autorizo a la universidad estatal de bolívar hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o parte de los que contienen esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a nuestro favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 y demás pertinentes de la ley de la propiedad intelectual y su reglamento.

Así mismo autorizo a la universidad estatal de bolívar para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el art. 144 de la ley orgánica de educación superior

Firma:

.....
Byron Andrés Cocha Romero

C.I. 0202186714

APROBACIÓN TRIBUNAL DE GRADO

TRIBUNAL	FIRMA	FECHA
Eco. Sergio Fierro REPRESENTANTE.		2018/06/20
Ing. Wilter Camacho Msc. DIRECTOR.		2018/06/20
Ing. Diego Parra Msc. PAR ACADEMICO 1		2018/06/20
Eco. Carmita Borja Msc. PAR ACADEMICO 2		2018/06/20

DEDICATORIA

El presente trabajo dedico principalmente a mis padres Antonio Cocha y Derma Romero quienes han sido el motor fundamental en mi carrera universitaria, ya que gracias a su amor y sacrificio siempre confiaron en mí y desde muy pequeño me apoyaron y motivaron a estudiar de una manera responsable hasta alcanzar mis objetivos en la vida, a mi hija Brislany Cocha por ser mi gran inspiración, a mis hermanos por ser siempre un gran ejemplo de superación, emprendimiento y sobre todo humildad, este logro es para ustedes para toda mi familia que siempre me apoyaron, confiaron en mí y me han demostrado su amor manteniéndonos siempre perseverantes , siempre unidos, siempre en familia.

AGRADECIMIENTO

Un profundo agradecimiento a Dios por ayudarme a cumplir siempre mis objetivos propuestos, de manera especial a todos los docentes de la carrera de Marketing que gracias a su esmero por enseñar y educar eficazmente culmine mi carrera universitaria con grandes conocimientos que estoy seguro me será muy útil en mi vida profesional, a todos mis amigos, compañeros y familiares que me apoyaron en todo sentido en mi trayectoria universitaria, a la Universidad Estatal de Bolívar por darme la oportunidad de prepararme profesionalmente en la carrera de marketing, y especialmente a la Empresa de Seguridad Privada Securivanov Cía. Ltda. con todo su personal que me brindo gran apoyo al abrirme las puertas y darme la oportunidad de desarrollar mí tema de investigación con el propósito de que el presente proyecto sea de gran utilidad para mi persona y para la institución poniéndolo en práctica en la vida real.

INDICE GENERAL

UNIVERSIDAD	i
DEDICATORIA	viii
AGRADECIMIENTO	ix
RESUMEN EJECUTIVO.....	xi
ABSTRAC.....	xii
INTRODUCCIÓN	1
REVISIÓN DE LA LITERATURA	2
¿Qué es la comercialización?	2
Funciones de comercialización.....	2
Estrategias de comercialización	3
MÉTODOS.....	4
Método inductivo.....	4
Método Deductivo	4
Método Histórico	4
Método Descriptivo.....	4
Método Bibliográfico.....	5
RESULTADOS	6
LA MATRIZ DAFO PARA LA FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS.....	7
DISCUSIÓN	8
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	9
Bibliografía	9
APÉNDICES	10
Apéndice 1. Encuestas a los habitantes del cantón Guaranda.	10
Apéndice 2. Observación directa a la infraestructura de la empresa de Segurivanov_Cia_Ltda.	11
Apéndice 3. Entrevista al gerente de Segurivanov_Cia_Ltda.....	12

RESUMEN EJECUTIVO

Este Proyecto responde a la necesidad de crear diversas estrategias de comercialización y ventas relacionadas con el uso eficiente de los recursos de la empresa, con el fin de incrementar las ventas de los productos y servicios, de este modo poder fortalecer eficazmente la imagen de la empresa y lograr un posicionamiento único en el mercado.

Segurivanov Cía. Ltda. se caracteriza por ser una empresa pionera en seguridad privada de la provincia Bolívar no tiene competencia directa y sería muy ventajoso aprovechar esta oportunidad para una mejor aceptación de la marca y la imagen corporativa, lo que permitirá convertirse en una empresa líder en la Provincia de Bolívar, generando muchas plazas de empleo, contribuyendo con la seguridad ciudadana, y realizando varios convenios interinstitucionales, enmarcados en la Constitución Política del Estado y del buen vivir, esto generará un impacto importante en cuestión de ventas, es decir, se podrá obtener incremento de las mismas, lo cual es parte importante para el crecimiento y desarrollo de la empresa, lo que le permitirá tener una rentabilidad favorable a futuro.

La comercialización y ventas generan un panorama claro y preciso de las políticas empresariales que se deberá ejecutar dentro de la empresa de seguridad Securivanov Cía. Ltda. estableciendo los productos de mayor salida y los productos que requieren una mejor participación y cuota de mercado.

Palabras claves: comercialización, empresa, posicionamiento, ventas

ABSTRAC

This Project answers to the need to create diverse strategies of commercialization and sales related to the efficient use of the resources of the company, in order to increase the sales of the products and services, thus to be able to strengthen effectively the image of the company and achieve the only positioning in the market.

Segurivanov characterizes for being a pioneering company in safety deprived of the province Bolivar does not have direct competition and it would be very profitable to take advantage of this opportunity for a better acceptance of the brand and the corporate image, which will allow to turn into a leading company into the Province of Bolivar, generating many squares of employment, contributing with the civil safety, and realizing several interinstitutional agreements placed in the Political Constitution of the State and of the good one to live, this will generate an important impact concerning sales, that is to say, there will be able to obtain increase of the same ones, which is an important part for the growth and development of the company, which will allow him to have profitability favorable to future.

The commercialization and sales generate a clear and precise panorama of the managerial policies that Segurivanov Cía will have to execute inside the safety company. Ltda. Establishing the products of major exit and the products that need a better participation and market share.

Key words: commercialization, company, positioning, sales

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo tiene como finalidad adquirir mayores conocimientos de herramientas, técnicas y estrategias que se pueden emplear en una empresa según la problemática que tenga a su vez servirá de referencia para futuros investigadores que planteen una mista temática.

En la actualidad, las empresas enfrentan un ambiente competitivo cada vez más intenso, lo que genera, en la mayor parte de ellas, inestabilidad para una adecuada adaptación.

Es por ello, que las organizaciones han optado por estar más y mejor preparadas ante el ambiente tenaz que se les presenta día a día, a fin de asegurar su supervivencia en el mercado, para lo cual vienen desarrollando planes y estrategias que intentan paliar las situaciones adversas en las que se ven inmersas.

Es fundamental para la empresa Segurivanov Cía. Ltda. aplicar la propuesta elaborada para la institución considerando que la misma desea tener un crecimiento económico y corporativo.

La propuesta es necesaria para incrementar las ventas de la empresa considerando que aun el mercado local no ha sido muy explotado, las apropiadas estrategias contribuirán a cumplir este objetivo obteniendo así mejores resultados en beneficio de la empresa.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

¿Qué es la comercialización?

Es mucho más que vender o hacer publicidad.

El proceso de comercialización incluye cuatro aspectos fundamentales: ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿a quién? y ¿cómo? En el primero, el autor se refiere al momento preciso de llevarlo a efecto; en el segundo aspecto, a la estrategia geográfica; el tercero, a la definición del público objetivo y finalmente, se hace una referencia a la estrategia a seguir para la introducción del producto en el mercado. (Kotler & Armstrong, 2004) Quiere decir el momento exacto en el que el producto debe ser ofertado al mercado meta.

Funciones de comercialización

Las funciones universales de la comercialización son: comprar, vender, transportar, almacenar, estandarizar y clasificar, financiar correr riesgos y lograr información del mercado. El intercambio suele implicar compra y venta de bienes y servicios.

A continuación, se detallan las funciones principales:

- **Función comprar:** Significa buscar y evaluar bienes y servicios para poder adquirirlos eligiendo el más beneficioso para nosotros.
- **Función venta:** Se basa en promover el producto para recuperar la inversión y obtener ganancia.
- **Función transporte:** Se refiere al traslado de bienes o servicios necesario para promover su venta o compra de los mismos.
- **La financiación:** Provee el efectivo y crédito necesario para operar como empresa o consumidor.

- Toma de riesgos: Entraña soportar las incertidumbres que forman parte de la comercialización.

Las funciones de la comercialización son ejecutadas por los productores, consumidores y especialistas en comercialización. Los facilitadores están con frecuencia en condiciones de efectuar también las funciones de comercialización.

Estrategias de comercialización

La medida de una estrategia de comercialización no es el dinero recibido por los clientes, sino de obtener nuevos clientes que se unen a ustedes según un mercado contemplado. Entonces si utilizan los servicios de algún profesional o empresa en el ámbito del marketing, no olviden nunca esta medida y pidan poner estos resultados de una manera que los compromete completamente, por lo tanto sería importante de incluir eso sobre el contrato. Obviamente, no lo harán, ya que ser responsable y satisfacer a un cliente no es algo de valor para ellos. Sin embargo, si son un empleado de una gran empresa, este último elemento no les interesará, ya que lo único que les interesa es recibir su pago en vez de que la empresa tenga éxito.

La estrategia de comercialización de sus servicios y productos ofrecidos debe responder a una única cuestión: ¿Tendrá éxito su estrategia y le brindará más visitantes o clientes cualificados como garantía de que está cumpliendo sus objetivos? (David, 1997) Una estrategia de comercialización es el complemento necesario y más factible para la captación de nuevos clientes con el único objetivo que es que el producto o servicio tenga una gran aceptabilidad en el mercado en cuanto a ventas se refiere.

MÉTODOS

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó el paradigma crítico propositivo, que ayudó a determinar las causas y consecuencias del problema, para la construcción del conocimiento analizando la realidad de la empresa.

Se utilizó métodos de investigación de carácter específico y general, además de los enfoques cualitativos y cuantitativos, con un análisis de las variables y la cuantificación de los datos a través de la encuesta y la entrevista.

Método inductivo. Permite construir un conocimiento a partir de la problemática, a través de este método recolectar datos de las encuestas realizadas, con métodos estadísticos para establecer información de carácter cuantitativo, La inducción va de lo particular a lo general, es aquél que establece un principio general una vez realizado el estudio y análisis de hechos y fenómenos en particular. (Hernàndes, 2009) La inducción es un proceso mental, que consiste en inferir de algunos casos particulares observados la ley general, que los rige y que vale para todos los de la misma especie.

Método Deductivo. La deducción va de lo general a lo particular. El método deductivo es aquél que parte los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones. (Hernàndes., 2009) Es por ello que en este proyecto se utilizará el método deductivo ya que se analizará la situación real en la que se encuentran en la actualidad los procesos dentro de la institución lo que posteriormente nos permitirá llegar a proponer diferentes soluciones a los problemas encontrados.

Método Histórico. Este método histórico tiene como objetivo el estudiar cuál es el método del proceso de investigación en la ciencia histórica y así identificar patrones que sean regulares y las causas generales que hay en los procesos históricos, en especial a largo plazo. (Hernandez., 2009) Podemos decir que es una disciplina que se enfocara sobre la descripción de los hechos históricos y el tipo de análisis científicos necesarios a nivel general para explicar los hechos.

Método Descriptivo. Consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas, Por lo que el investigador es más que un tabulador de datos, sino que cada información será importante para plantear sus hipótesis o teorías, analizar los

resultados y extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento. (Hernández, 2009) Desde un punto de vista personal este método será de gran ayuda para mejorar nuestras ideas al momento de ponerlas en práctica, Este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular.

Método Bibliográfico. Se puede decir que es un conjunto de técnicas y estrategias que se emplean para localizar, identificar y acceder aquellos documentos que contienen información primordial de vital importancia para la presente investigación. (Hernandez., 2009) En términos más específicos podemos decir que el método bibliográfico es la primera etapa del proceso investigativo que proporciona el conocimiento de las investigaciones ya existentes, de un modo sistemático, a través de una amplia búsqueda de información, conocimientos y técnicas sobre una cuestión determinada.

RESULTADOS

Como resultados en este trabajo de investigación se pueden resaltar los siguientes:

- El conocimiento sobre la empresa Segurivanov Cía. Ltda. es aceptable por los productos y servicios que oferta en el mercado local y nacional.
- Los productos y servicios de la empresa Segurivanov Cía. Ltda. cumplen con los requerimientos de calidad y satisfacción para los consumidores finales.
- La competencia de productos y servicios de seguridad en la localidad tiene un alto repunte por la necesidad de los consumidores naturales y jurídicos por garantizar la seguridad a todos sus involucrados.
- Llevar un seguimiento de los canales de distribución de los productos, tratando de identificar al mayor número posible de puntos de venta finales, a fin de conocer el crecimiento en la cuota de mercado del producto.

LA MATRIZ DAFO PARA LA FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS

		FUERZAS - F		DEBILIDAD - D	
		1	CONFIABILIDAD	1	FALTA DE UN SOFTWARE DE CONTROL
		2	APOYO FINANCIERO	2	RELACIONES GUBERNAMENTALES
		3	POSICIONAMIENTO	3	PREFERENCIA EN LOS CONSUMIDORES
		4	ALCANCE PROVINCIAL	4	ARRIENDO DE LOCAL
		5	LIQUÍDEZ Y SOLVENCIA	5	ESCASA PUBLICIDAD
OPORTUNIDADES - O		ESTRATEGIAS - FO		ESTRATEGIAS - DO	
1	EXTENSIÓN LÍNEAS DE PRODUCTOS	1	AMPLIAR LA CUOTA DE MERCADO	1	INNOVACIÓN TECNOLÓGICA
2	CRECIMIENTO DE LOS MERCADOS	2	NUEVAS SUCURSALES	2	ACOPLARSE A LAS LEYES Y REGLAMENTOS ESTATALES
3	TECNOLOGÍA	3	FIDELIZACIÓN EN RENOVACIÓN DE CONTRATOS	3	CAPACITACIÓN DE LOS PRODUCTOS A LOS CONSUMIDORES
4	DISPONIBILIDAD EMPRESARIAL	4	MEJORA DE LA OFERTA DEL SERVICIO CON VALOR AGREGADO	4	ADQUISICIÓN DE UN BIEN FIJO PARA REDUCIR COSTOS
5	E - BUSINES	5	DIFUSIÓN DE IMAGEN COORPOTATIVA	5	PUBLICIDAD DIRECTA
AMENAZAS - A		ESTRATEGIAS - FA		ESTRATEGIAS - DA	
1	INCREMENTO DE IMPUESTOS	1	PLAN DE FIDELIZACIÓN	1	ADQUISICIÓN DE SOFTWARE CON PRECIO ACCESIBLE
2	PRODUCTOS SUSTITUTOS	2	IMPLEMENTACIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS	2	IMPORTACIÓN AL POR MAYOR PARA REDUCIR COSTOS
3	COMPETENCIA DESLEAL	3	CONTRATACIÓN DIRECTA	3	DEMOSTRAR CONFIANZA Y SEGURIDAD EN NUESTRO TRABAJO
4	POLÍTICAS DEL ESTADO	4	DETERMINAR LAS POLÍTICAS EN LAS CUALES SE VA A PRESTAR EL SERVICIO	4	NO CUMPLIR EL CONTRATO ESTABLECIDO
5	SEGURIDAD GUBERNAMENTAL	5	MANTENERSE Y APLICAR EN SECTORES PRIVADOS	5	PLAN DE MARKETING DANDO A CONOCER NUESTROS SERVICIOS

La herramienta estratégica FODA permitió conocer una realidad más consiente sobre la realidad empresarial de Segurivanov Cía. Ltda.; para con ello establecer las estrategias más adecuadas que permitan el mejoramiento comercial para esta empresa.

DISCUSIÓN

Una de las dificultades más grandes para el comportamiento de compra de los clientes es que no tiene un conocimiento apropiado de los productos y servicios de seguridad que necesitan o deseen implementar. No se ha dado una apropiada publicidad suficiente a los productos y servicios y por esto no ha tenido el posicionamiento en las mentes de los clientes.

Por esto se recomienda intensificar la publicidad de los diferentes productos y servicios de seguridad, aprovechando las características que los hacen diferenciarse de la competencia y con esto buscar consolidarse en el mercado local y nacional.

Por último, se recomienda que para estudios posteriores se pueda hacer el mismo diseño del proyecto, pero evaluando los ya existentes cada seis meses después, esto con la finalidad de averiguar si los cambios que se obtuvieron durante la investigación son consistentes, situación que permitirá garantizar que bajo la aplicación de las estrategias de comercialización se logra incrementar el rendimiento y cuota de participación en el mercado local, nacional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografía

David, F. R. (1997). Conceptos de administración estratégica. Decima primera edición.

Hernàndes. (2009). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill. P.

Hernàndes. (2009). *Metoologia de la Investigacion*. mexico: McGraw Hill. P.

Hernandez. (2009). *Metodologia de la Investigacion*. Mexico: McGraw Hill. P.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). Marketing 10 ma. Madrid: Pearson Education S.A.

APÉNDICES

Apéndice 1. Encuestas a los habitantes del cantón Guaranda.



Apéndice 2. Observación directa a la infraestructura de la empresa de Segurivanov_Cia_Ltda.



Apéndice 3. Entrevista al gerente de Segurivanov_Cia_Ltda.

