



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**MODALIDAD COMPLEXIVO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CASO DE ESTUDIO  
PLAN ESTRATÉGICO PARA EL POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO LA  
DISTRIBUIDORA YOUR NATURAL WORLD**

**AUTOR  
EDISON ROBERT MAGALLANES MAGALLANES**

**GUAYAQUIL  
AÑO 2024**

# CERTIFICADO DE SIMILITUD

## MAGALLANES

---

### INFORME DE ORIGINALIDAD

---

8%

INDICE DE SIMILITUD

5%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

---

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

---

1%

★ vdocuments.com.br

Fuente de Internet

---

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

Apagado

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, quiero expresar mi profundo agradecimiento a Dios por brindarme la fortaleza y la determinación para completar este importante hito en mi formación académica.

A mi familia, les agradezco de todo corazón por su constante aliento y comprensión. Han sido mi motor en cada etapa de este camino, y su apoyo incondicional ha sido el pilar de mi éxito.

Asimismo, deseo expresar mi gratitud a mis compañeros, quienes fueron un pilar fundamental para mi aprendizaje. Su colaboración y apoyo mutuo durante el período académico fueron esenciales para mi crecimiento y desarrollo.

Su generosidad y apoyo han sido invaluable en la culminación de este proyecto académico. Agradezco sinceramente a cada uno de ustedes por formar parte de este importante logro.

Edison Robert Magallanes Magallanes

## **DEDICATORIA**

Dedico el caso de estudio a mis padres, cuyo amor, sacrificio y constante apoyo han sido la fuente de mi fortaleza. A mis hermanos, por ser mi inspiración y motivación inquebrantable. A mis amigos, por su aliento y comprensión en cada paso del camino. A mis profesores, por su sabiduría y guía experta que ha moldeado mi pensamiento y mi pasión por el aprendizaje.

Que este trabajo sea un testimonio de mi gratitud hacia quienes han formado parte esencial de mi viaje académico y personal.

Edison Robert Magallanes Magallanes

## Índice

I.	Introducción.....	1
	Objetivo.....	2
	Objetivo general.....	2
	Objetivo específico.....	2
	Preguntas de investigación.....	2
II.	Análisis del caso.....	3
	Plan estratégico.....	4
	Resumen Ejecutivo.....	4
	Análisis de Mercado.....	5
	Misión.....	8
	Visión:.....	8
	Análisis de la situación de la empresa.....	8
	Matrices FODA.....	9
	Objetivo estratégico.....	9
	Declaración estratégica.....	10
	Plan de acción.....	10
III.	Conclusión.....	12
IV.	Bibliografía.....	13

## **Índice Tabla**

Tabla 1 Competencia local.....	6
Tabla 2 Plan de acción.....	10

## I. Introducción

La planificación estratégica es muy importante para toda organización tiene un proceso ordenado de las actividades relevante que ayuda a promover la fortaleza y el bienestar de la empresa u organización que ayuda a reducir los errores que son enfocados en los aspectos administrativo, financiero o político, etc.

En este presente trabajo de estudio de plan estratégico se analizará la situación de distribuidora “Your Natural World” que se fundó en el año 2021 en el cantón Pedro Carbo, con el propósito de ofrecer productos naturales de alta calidad.

Se abordará la necesidad de diseñar un plan estratégico para mejorar su posicionamiento en el mercado actualmente competitivo. A través de un análisis detallado de su situación actual y la identificación de oportunidades de crecimiento, se buscará desarrollar estrategias efectivas para impulsar la presencia y relevancia de Your Natural World en la industria. A pesar de la excelencia de sus productos, la empresa ha enfrentado dificultades para darse a conocer debido a su ubicación y la competencia local.

Para abordar estos desafíos y mejorar su posición en el mercado, se ha desarrollado un plan estratégico enfocado en el posicionamiento de la empresa en el mercado local.

En la planificación estratégica se detalla dando un análisis para la elaboración del proyecto identificando las causas u oportunidades que la organización necesita la colaboración y compromiso para desarrollar el plan que le permita un crecimiento constante y sostenible para optimizar recurso este plan estratégico la distribuidora tiene como objetivo enfrentar el desafío de ser pocos conocidos en el cantón Pedro Carbo y de no contar con una ubicación estratégica que permita llegar a un mayor número de clientes potenciales (Varas & Corsa”, 2022, p. 8).

Asimismo, busca abordar la considerable competencia en el sector de productos naturales mediante el diseño de estrategias innovadoras que les permitan diferenciarse y destacarse en el mercado. A través de este plan, se buscará identificar oportunidades de crecimiento, establecer objetivos claros y diseñar estrategias efectivas para alcanzarlos.

El objetivo final es consolidar la presencia de Tu Mundo Natural en el mercado y lograr un crecimiento sostenible para el año 2025.

## **Objetivo**

### **Objetivo general**

Diseñar un plan estratégico para mejorar el posicionamiento de la distribuidora Your Natural World en el mercado.

### **Objetivo específico**

- Analizar el FODA de la situación actual de la distribuidora.
- Identificar las necesidades, tipo de usuarios y sus objetivos.
- Establecer estrategias de marketing el posicionamiento de la distribuidora Your Natural World
- Proponer un plan estratégico para el posicionamiento para la distribuidora Your Natural World
- Proponer un plan estratégico para el posicionamiento para la distribuidora Your Natural World
- Definir métricas de éxito para medir el impacto del plan estratégico.

### **Preguntas de investigación**

¿Cuáles son las tendencias actuales del mercado en el sector de productos naturales?

¿Qué opinan los clientes actuales y potenciales sobre los productos de Your Natural World?

¿Cómo se percibe la marca Your Natural World en comparación con la competencia?

¿Cuáles son los canales de distribución más efectivos para llegar al público objetivo?

¿Qué estrategias de marketing han sido exitosas para otras empresas similares en el mercado?

¿Qué oportunidades de crecimiento y expansión existen para Your Natural World en el mercado actual?

## II. Análisis del caso

"Your Natural World" es una distribuidora dedicada a la comercialización de productos naturales, comprometida con proporcionar a sus clientes una amplia gama de productos de alta calidad para mejorar su bienestar y salud. Fundada en el año 2021, la empresa tiene su sede en el cantón Pedro Carbo, donde busca establecerse como un referente en la oferta de soluciones naturales para la comunidad local.

### Características Principales:

"Your Natural World" se distingue por ofrecer productos cuidadosamente seleccionados y de alta calidad, comprometiéndose con la pureza y efectividad de los ingredientes naturales.

La distribuidora cuenta con una amplia gama de productos, que incluyen suplementos Nutricional, alimentos saludables, productos de cuidado personal, y otros artículos relacionados con el bienestar general.

Aunque la empresa enfrenta desafíos de visibilidad debido a su ubicación en el cantón Pedro Carbo, se esfuerza por superar este obstáculo mediante estrategias específicas que buscan destacar su presencia y llegar a un mayor número de clientes.

"Your Natural World" se involucra activamente con la comunidad local a través de patrocinios, participación en eventos y programas de bienestar. Busca establecer relaciones sólidas y auténticas con sus clientes con la prefectura de

La empresa se esfuerza por diferenciarse de la competencia a través de la introducción de productos innovadores y exclusivos que respondan a las necesidades específicas de la comunidad (García, 2021, p. 21).

Con el objetivo de brindar una experiencia de compra personalizada, "Your Natural World" ofrece servicios de asesoramiento a sus clientes, ayudándolos a encontrar los productos que mejor se adapten a sus necesidades y objetivos de bienestar.

La distribuidora está comprometida con prácticas comerciales sostenibles y éticas, seleccionando proveedores que compartan estos valores y promoviendo la conciencia ambiental entre sus clientes.

La distribuidora "Your Natural World" no solo se presenta como un proveedor de productos naturales, sino como un aliado comprometido con el bienestar y la salud de

sus clientes, buscando consolidar su presencia en el mercado local a través de la calidad, la innovación y la conexión con la comunidad.

### **Plan estratégico**

## **PLAN ESTRATÉGICO PARA EL POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO LA DISTRIBUIDORA YOUR NATURAL WORLD**

### **Resumen Ejecutivo**

El presente trabajo de caso estudio se centra en la creación de un plan estratégico para mejorar el posicionamiento del mercado de la Distribuidora Your Natural World en Guayaquil, Cantón Pedro Carbo, durante el período 2024-2025. El objetivo principal es abordar los desafíos derivados de la ubicación no estratégica de la distribuidora.

Elaborando un plan estratégico de marketing tiene como objetivo principal potenciar la visibilidad y reconocimiento de la Distribuidora Your Natural World en el mercado local. Se busca lograr una conexión efectiva con los consumidores y aumentar la participación en el mercado a través de estrategias específicas (ANDRES, 2022, p. 9).

Se llevó a cabo un análisis exhaustivo del mercado local para identificar oportunidades y desafíos. Se evaluaron las preferencias del consumidor, la competencia y las tendencias del sector para informar las estrategias de marketing.

El plan se centra en estrategias de posicionamiento que destacan las fortalezas únicas de la Distribuidora Your Natural World. Esto incluye la diferenciación de productos, la identificación de segmentos de mercado clave y la optimización de canales de distribución para mejorar la accesibilidad (Mardey, 2019, p. 48).

La ejecución del plan implica tácticas específicas de marketing, como campañas publicitarias enfocadas en medios locales, participación en eventos comunitarios, promociones atractivas y el fortalecimiento de presencia en plataformas digitales.

Se establece un sistema de monitoreo continuo para evaluar el rendimiento de las estrategias implementadas. Este proceso permite realizar ajustes rápidos en respuesta a cambios en el entorno del mercado y garantizar la efectividad a lo largo del tiempo (González, 2022, p. 87).

## **Análisis de Mercado**

El análisis de mercado desempeña un papel central en la formulación de un plan de negocios, especialmente para empresas emergentes que buscan conceptualizar su idea de negocio de manera estructurada y estratégica. Esta etapa es crucial y contribuye de manera significativa a la toma de decisiones informadas y al éxito a largo plazo de la empresa (Nicole, 2023).

Los centros naturistas que está ubicado en la ciudad de Guayaquil el cantón Pedro Carbo también ofrecen una amplia gama de servicio y producto para diversas enfermedades y para prevenir.

La medicina natural está adquiriendo una creciente importancia en el alivio y tratamiento de diversas enfermedades, ya que se basa en productos directamente derivados de la naturaleza, con poca o ninguna síntesis y manipulación.

Los componentes principales de la medicina natural son productos vegetales y minerales, los cuales proporcionan al organismo sustancias beneficiosas para el tratamiento de una amplia gama de enfermedades (Euclides, 2019, p. 15).

Se han identificado alrededor de 11 locales de centro naturista. Los locales naturistas son distinguidos ofreciendo soluciones con productos naturales y dando alternativa para promover el bienestar y la salud.

El mercado de la medicina alternativa es muy extenso ya que las personas confían en las medicinas de alternativa. En Ecuador un 80% de la población depende de la medicina de tienda naturista la cual se utiliza plantas medicinales para el cuidado en la salud y el bienestar de la población (Monrroy, 2019).

Las competencias son distribuidores locales de productos naturales, considerando la presencia de marketing y su reconocimiento en el mercado

**Tabla 1 Competencia local.**

<b>Distribuidor</b>	<b>Tamaño del Local</b>	<b>Presencia de Marketing</b>	<b>Reconocimiento en el Mercado</b>	<b>Ventajas Competitivas</b>	<b>Áreas de Mejora</b>
Jardín de las Naturalezas Francisco de Orellana	Grande	Sí	Alto	Variedad de producto de alta gamas	Marketing y visibilidad
Productos Naturales Don Gerardo	Grande	Sí	Alto	Variedad de productos exclusivos	Comunicación interna
Productos Naturales oasis de vida	Pequeño	Sí	Medio	Colaboraciones estratégicas	Marketing
Productos Naturales Vida Futura	Grande	Sí	Medio	Innovaciones constantes	Servicio al cliente
JARDÍN DEL EDÉN	Pequeño	No	Bajo	Atención al cliente	Tecnología

Productos Naturales Flor De Saúco	Grande	Sí	Medio	Atención al cliente personalizada	Cultura organizacional
<b>Distribuidor</b>	<b>Tamaño del Local</b>	<b>Presencia de Marketing</b>	<b>Reconocimiento en el Mercado</b>	<b>Ventajas Competitivas</b>	<b>Áreas de Mejora</b>
Productos locales naturales	Pequeño	No	Bajo	Atención al cliente	Tecnología y automatización
Natucam SA Tienda Naturista	Pequeño	No	Bajo	Enfoque en la comunidad local	Servicio al cliente
NATURAL PRO Tienda Naturista	Pequeño	No	Bajo	Buena atención al cliente	Habilidades digitales
Productos Don Freddy	Grande	Sí	Medio	Economías de escala	Comunicación interna

Al peso	Pequeño	No	Bajo	Reputación de marca	Gestión de tiempo, Tecnología
---------	---------	----	------	---------------------	-------------------------------

Elaborado por: Magallanes, E. (2024)

### **Misión**

Ser la distribuidora líder en el mercado de productos naturales, ofreciendo a nuestros clientes productos de alta calidad que promuevan un estilo de vida saludable y sostenible.

### **Visión:**

Crear un impacto positivo en la sociedad al fomentar el bienestar a través de nuestros productos, siendo reconocidos como una marca confiable y comprometida con la salud y el medio ambiente.

### **Análisis de la situación de la empresa**

La distribuidora Your Natural World especializada en la comercialización directa de productos naturales de alta gama, enfrenta desafío en el mercado de manera económica buscando atraer al cliente sí incurren en costo elevado asociándose con intermediario.

Se debe realizar un análisis de la situación actual de la distribuidora para poder identificar factores claves para determinar lo problema o beneficio aprovechando el estudio necesario que es utilizado una matriz FODA,

La matriz FODA de muestra la situación actual de la compañía mediante sus factores cómo fortaleza y debilidades que son considerados factores internos dentro de una compañía u organización, el análisis que se obtiene mediante un departamento específico en el cual es planteado (Paredes, 2021, p. 54).

Mediante la matriz se encuentran factores de oportunidades y amenazas lo cual son considerados como factores externos de una compañía u organización.

La situación actual de la empresa puede involucrar mediante la economía del país o la competencia cercana que tienen la distribuidora tanto puede beneficiar o afectar a la compañía (Campoverde & Lozano, 2020)

## **Matrices FODA**

### **Fortalezas**

- Amplia gama de productos de alta calidad.
- Oferta y ventas directa con los clientes.
- Precios competitivos.
- Reconocimiento

### **Debilidades**

- Falta de reconocimiento en el cantón Pedro Carbo.
- Ubicación no estratégica que limita el alcance a clientes potenciales.
- No cuenta con presencia en redes sociales.

### **Oportunidades**

- Cuenta con un amplio asesoramiento en el ámbito sobre la medicina natural
- Posibilidad de convertirse en distribuidores locales

### **Amenazas**

- Competencia local considerable en el sector de productos naturales.
- Competencia con promociones más atractiva para el cliente.
- Pocas capacidades de negociación.

### **Objetivo estratégico**

Una vez realizado el análisis de estudio de la situación de la distribuidora es crucial fijar el objetivo de marketing con el objetivo general que son definidos en el plan estratégico de la empresa, que se debe cumplir con el principio básico (Narváez, 2021, p. 126).

Debe de ser realistas y alcanzables, considerando los recursos disponibles de la distribuidora, Determinar un periodo de tiempo determinado, que pueda establecer el plazo, para medir y el avance de manera periódica.

El registro es fundamental en la comunicación por escrito a los responsables con su respectivo objetivo lo que brinda con la claridad y compromiso en su logro (Domínguez & Moran, 2023, p. 13).

### **Declaración estratégica**

Nuestro objetivo estratégico es convertirnos en una distribuidora de producto naturales líder en el mercado local para dar soluciones sostenibles e innovadoras, aprovechando la tecnología de vanguardia y un enfoque centrado en el cliente para impulsar un impacto ambiental positivo y una rentabilidad a largo plazo.

### **Plan de acción**

Se propone para el siguiente plan de acción, para solucionar los problemas de la distribuidora de producto naturales “Your Natural World”, se desarrolló un procedimiento para definir los objetivo, metas y estrategias en un lapso de tiempo determinado que es efectuado mediante el plan de Marketing (Guerrero Viteri, 2020, p. 19)

**Tabla 2 Plan de acción.**

<b>Objetivo</b>	<b>estrategia</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plaza</b>	<b>Recursos Necesarios</b>	<b>Indicadores de Éxito</b>
<b>Aumentar la conciencia de marca</b>	Marketing de Contenidos	Ana López	3 meses	Equipo de marketing, creadores de contenido.	Incremento en tráfico del sitio web, aumento de seguidores en redes sociales

<b>Ampliar la distribución</b>	Alianzas Estratégicas	Carlos Martínez	3 meses	Alianzas con tiendas naturistas, plan de expansión	Aumento en puntos de venta, crecimiento en ventas mensuales
<b>Objetivo</b>	<b>estrategia</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plaza</b>	<b>Recursos Necesarios</b>	<b>Indicadores de Éxito</b>
<b>Mejorar la reputación de la marca</b>	Programa de Fidelización	María Rodríguez	3 meses	Sistema de fidelización, atención al cliente	Aumento en la satisfacción del cliente, incremento en reseñas positivas.
<b>Lanzar nuevos productos naturales</b>	Investigación de Mercado	Juan García	3 meses	Equipo de I+D, análisis de mercado	Nuevos productos lanzados, retroalimentación positiva de los clientes.

Elaborado por: Magallanes, E. (2024)

### III. Conclusión

Basándonos en el análisis de la distribuidora Your Natural World, se llegó a las siguientes conclusiones:

El plan estratégico elaborado para el posicionamiento en el mercado de la distribuidora Your Natural World, atribuye en poder comprender la situación actual de la distribuidora tanto factor internos como externo que afecta a la empresa.

El propósito principal es aprovechar las fortalezas y las oportunidades que ayuden reforzar la imagen corporativa de la distribuidora y la percepción de todo los cliente, y al mismo tiempo creando acciones para abordar las debilidades y amenaza. El enfoques estratégicos de la distribuidora es proporcional una base sólida para el crecimiento y el éxito continuo en el mercado competitivo.

La elaboración del plan estratégico es fundamental para reorganizar la misión y visión de la distribuidora, como valores corporativos que reflejas la situación ideal de la empresa que aspira alcanzar (Villa magua & Bustos, 2020, p. 19). Además, se han definido objetivos estratégicos dirigidos al posicionamiento en el mercado de los productos de las distribuidoras Your Natural World de pedro Carbo, teniendo un enfoque en la consolidación corporativas. El enfoque estratégico de la misión, visión, valores y objetivos ayuda brindando una guía sólida para el crecimiento.

El estudio interno y externo utilizando la matriz FODA ha sido crucial para poder identificar las fortalezas, y oportunidades, debilidades y amenazas de la distribuidora. Los componentes que se desarrollaron se combinaron con las estrategias ofensivas, defensivas de reorientación de la supervivencia de la empresa.

El enfoque integral basado en el análisis FODA proporciona una ruta clara de la distribuidora, permitiendo capitalizar sus fortalezas, abordando sus debilidades, aprovechando las oportunidades de mitigar las amenazas en el mercado de los productos naturales.

#### IV. Bibliografía

- Andres, h. L. (2022). Marketing social orientado a la prevención de la obesidad infantil en el centro de salud "venus devaldivia" de la ciudad de la libertad-provincia de santa elena. Guayaquil:  
Ulv. Obtenido de  
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/5706/1/tulvr-4655.pdf>
- Campoverde, b. D., & lozano, z. M. (2020). "plan estratégico de mejora para la gestión de cobranza en la compañía medikal". Guayaquil: universidad de guayaquil.  
Obtenido de  
<https://repositorio.ug.edu.ec/server/api/core/bitstreams/03588424-0665-41269baa-57ef56a3e608/content>
- Domínguez, i. H., & moran, s. X. (2023). Marketing estratégico para el posicionamiento de la empresa mecatronic ec en la ciudad de guayaquil. Guayaquil: ulvr. Obtenido de  
<Http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/6178/1/t-ulvr-5032.pdf>
- Euclides, e. O. (2019). Plan estratégico para incrementar el nivel de Ventas de la empresa "tiens" de babahoyo. Ambato: uniandes.  
obtenido de  
<https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/9931/1/piubadm0182019.pdf>
- García, c. G. (2021). Plan de rebranding para reposicionar a la agencia de viajes s.g. tour en tiempos de pandemia en la ciudad de guayaquil. Guayaquil: espol.  
Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/56304/1/t-112659%20bravo%20-%20garcia.pdf>
- González, b. A. (2022). Plan de marketing para mejorar el posicionamiento de la empresa cendcap. Cia. Ltda, en la ciudad de guayaquil. Guayaquil: ulvr. Obtenido de  
<Http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/5397/1/t-ulvr-4387.pdf>
- Guerrero viteri, b. X. (2020). Plan estratégico de comunicación integral para la empresa botania e.c. guayaquil: utpl. Obtenido de

- [https://dspace.utpl.edu.ec/visorhub/?handle=20.500.11962\\_26996](https://dspace.utpl.edu.ec/visorhub/?handle=20.500.11962_26996)  
Mardey, s. J. (2019). Plan estratégico de marketing para la empresa cellzone, ubicada en el norte de Quito. Quito: universidad tecnológica israel. Obtenido de <https://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/2251/1/uisrael-ecadme-378.242-2019-092.pdf>
- Monrroy, a. E. (2019). “estudio del mercado de la unidad naturista j.m, para la implementación de un plan promocional en la ciudad de Guayaquil”. Guayaquil: universidad de Guayaquil. Obtenido de <https://repositorio.ug.edu.ec/server/api/core/bitstreams/ead43a15-e4c4-4de29bc5-0041e9446e52/content>
- Narváez, d. L. (2021). Análisis del comportamiento del consumidor en el proceso de decisión de compra en natuvital de la ciudad de Riobamba. Riobamba: escuela superior politécnica de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.esepoch.edu.ec/bitstream/123456789/15481/1/42t00620.pdf>
- Nicole, a. C. (2023). “estrategias de branding para el posicionamiento de la empresa “medicina natural” en la ciudad de Ambato.”. Ambato: universidad técnica de Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/39559/1/trabajo%20de%20titulaci%3%b3n%20para%20repositorio-asqui%20pameladise%3%b1o%20gr%3%a1fico.pdf>
- Paredes, f. J. (2021). Modelo de planeación estratégica aplicado a la microempresa de comercialización de medicina natural bio life. Cuenca: universidad del Azuay. Obtenido de <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/11405/1/16939.pdf>
- Plain pc, p. D. (2019). La medicina natural y tradicional como tratamiento alternativo de múltiples enfermedades. Revista cubana de medicina general integral. Obtenido de <https://www.medigraphic.com/pdfs/revcubmedgenint/cmi-2019/cmi192j.pdf>
- Varas, n. R., & corsa”, d. T. (2022). Estrategia comercial para mejorar el posicionamiento de mercado de una empresa. Guayaquil: escuela superior politécnica del litoral. Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/retrieve/5534b430-a7a8-44cb-b96b->

15b63136a18a/t-113259%20coronel%20-%20su%c3%83%20rez%20.pdf

Villamagua, p. F., & bustos, v. M. (2020). Diseño de plan estratégico y control de gestión a través del cuadro de mando integral de la empresa compu-micro. Guayaquil: escuela superior politécnica del litoral. Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/53145/1/t-111284%20montalvo%20villamagua%20-%20piedra%20bustos.pdf>