



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO.

TEMA:

UNIDAD II

DEFINIENDO EL NEGOCIO TRABAJO INTEGRADOR DE CONTENIDOS

COMPONENTE PRÁCTICO DEL EXÁMEN COMPLEXIVO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

LICENCIADO EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

AUTOR:

FABRICIO EDUARDO TOMALÁ PARRALES

PROFESORA GUÍA:

ING. LINZAN RODRÍGUEZ JESSICA SORAYA MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

ENERO 2021

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En mi calidad de Profesor guía del Ensayo titulado, “**DEFINIENDO EL NEGOCIO**”, elaborado por el Sr. Tomalá Parales Fabricio Eduardo, de la Carrera Gestión y Desarrollo Turístico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado (a) en Gestión y Desarrollo Turístico, con la modalidad examen complejo, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



Ing. Soraya Linzán Rodríguez. MSc.

PROFESORA GUÍA

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente trabajo de Titulación denominado “**DEFINIENDO EL NEGOCIO**”, elaborado por el Sr. Tomalá PARRALES Fabricio Eduardo, claro que la concepción, análisis y resultados son netamente originales que aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa.

Transferencia de los derechos autorales.

Declaro que, una vez aprobado el trabajo de investigación otorgado por la Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, pasan a tener los derechos autorales correspondientes, convirtiéndose exclusivamente propiedad de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y su reproducción total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibido en cualquier instancia.

Atentamente,



TOMALÁ PARRALES FABRICIO EDUARDO

C.I. 2450428483

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida y a toda mi familia por estar siempre presentes. De igual manera mis agradecer a mis profesores quienes con la enseñanza de sus valiosos conocimientos hicieron que pueda crecer dia a dia como profesional, gracias a cada una de ustedes por su paciencia, dedicación y apoyo.

Agradezco con el mismo pesar a mi familia, quienes con su apoyo moral y económico han hecho posible llegar hasta este punto de cumplir una de mis mayores metas.

Tomalá Parrales Fabricio Eduardo

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a mi familia por haber sido mi apoyo a lo largo de toda mi carrera universitaria y a lo largo de mi vida. A todas las personas especiales que me acompañaron en esta etapa, aportando a mi formación tanto profesional y como ser humano.

Tomalá PARRALES Fabricio Eduardo

TRIBUNAL DE GRADO



.....
Ing. Soraya Linzan Rodríguez, MSc.
**DIRECTORA CARRERA DE GESTIÓN
Y DESARROLLO TURÍSTICO**



.....
Ing. Soraya Linzan Rodríguez, MSc.
DOCENTE GUÍA



.....
Lic. Andrés Padilla Gallegos, MSc.
DOCENTE TUTOR



.....
Lic. Maritza Pérez Chiquito, MSc
DOCENTE ESPECIALIST

Contenido

RESÚMEN	8
ABSTRACT.....	9
INTRODUCCIÓN	10
DESARROLLO	11
NOMBRE DEL NEGOCIO.....	15
MISIÓN Y VISIÓN DEL NEGOCIO	15
OBJETIVO	16
CONCLUSIONES	17
RECOMENDACIONES	18
Referencias bibliográficas.....	19

DEFINIENDO EL NEGOCIO

RESÚMEN

La definición de un negocio es de suma importancia para poder surgir y estar dentro del ambiente empresarial, es indispensable hacer una planeación para la formulación de ideas, mientras más clara son las ideas mejores resultados obtendremos. Implica tomar muchas decisiones, escoger la mejor ruta, invertir tiempo y dinero con diferentes alternativas. Significa determinar la forma que lograremos obtener ingresos por nuestra actividad. Conocer que vendemos, a quienes vendemos y como vendemos, si contamos con todos los recursos, humanos, materiales, financieros y a las vez conocer que ingresos obtendremos. Al momento de dar a conocer las ideas se debe analizar y ordenar. Toda actividad debe contar con un propósito, una visión y objetivo para ser eficaz, si no se cumple con esto es probable que nuestro negocio no se haga realidad.

Palabras claves: negocio, plantación, ideas, recursos.

DEFINING THE BUSINESS

ABSTRACT

The definition of a business is of utmost importance to be able to emerge and be within the business environment, it is essential to plan for the formulation of ideas, the clearer the ideas, the better results we will obtain. It involves making many decisions, choosing the best route, investing time and money with different alternatives. It means determining the way we will achieve income from our activity. Know what we sell, to whom we sell and how we sell, if we have all the resources, human, material, financial and once know what income we will obtain. At the time of publicizing the ideas, they must be analyzed and ordered. All activity must have a purpose, a vision and objective to be effective, if this is not fulfilled, it is likely that our business will not come true.

Keywords: deal, plantation, ideas, means.

INTRODUCCIÓN

El crecimiento en la actividad turística en el mundo requiere de productos y servicios para satisfacer sus necesidades. Una de las industrias más importantes es la hotelera por tener un crecimiento económico elevado. En la actualidad existen variedad de hoteles, pero a partir de la preocupación por el medio ambiente surge la necesidad de contar con hoteles ecológicos u hoteles verdes, estos son distinguidos por los turista que saben apreciar la naturaleza. Los eco-hoteles tienen un valor mayor de popularidad en el turismo desarrollando nuevas formas de proteger el medio ambiente, realizando actividades recreativas y tener mayor oferta en el mercado. Ante nuevas exigencias de los turistas surge la necesidad de contar con negocios de alojamiento ecológicos, con el propósito de satisfacer las necesidades adicionales a los clientes. El presente ensayo trata de una recopilación de datos teóricos en fuentes secundarias cualitativas con el fin de conocer la forma correcta de definir un negocio en el ámbito turístico en el sector hotelero, determinando la visión, misión y objetivos, que son los puntos principales que destaca el trabajo.

Muchas veces en los negocios la administración encargada puede tener ideas extraordinarias para la creación de nuevos productos, mejoramiento o crecimiento, sin embargo existen diversas decisiones que afecta la puesta en marcha de la ingeniosa idea. Esto se da por el temor al fracaso, capital, apoyo de la organización o el miedo de ser independiente. Iniciar un negocio es un proceso lineal de creatividad innovadora, inspirada por las oportunidades que encontramos en el ambiente, dar ideas de negocios implica un alto grado de conocimiento en diferentes disciplinas. La definición de un negocio es de suma importancia para poder surgir y estar dentro del ambiente empresarial, es indispensable hacer una planeación para la formulación de ideas, mientras más clara son las ideas mejores resultados obtendremos. Implica tomar muchas decisiones, escoger la mejor ruta, invertir tiempo y dinero con diferentes alternativas. Significa determinar la forma que lograremos obtener ingresos por nuestra actividad. Conocer que vendemos, a quienes vendemos y como vendemos, si contamos con todos los recursos, humanos, materiales, financieros y a las vez conocer que ingresos obtendremos. Al momento de dar a conocer las ideas se debe analizar y ordenar. Toda actividad debe contar con un propósito, una visión y objetivo para ser eficaz, si no se cumple con esto es probable que nuestro negocio no se haga realidad

DESARROLLO DEFINIENDO EL NEGOCIO

El sector hotelero ha desarrollado nuevas formas para atender a los turistas, los ecohoteles surgen con el propósito que los huéspedes disfruten su estancia en su totalidad. Un hotel ecológico contribuye a mantener la biodiversidad y proteger la naturaleza, este tipo de hotel crea una relación del humano y la naturaleza, en un ecohotel encontramos todos los servicios y comodidades que en un hotel convencional, dejando a un lado la tecnología. Las características que hacen la diferencia en un eco-hotel son: Uso de materiales naturales, respecto con el entorno, alejados de la saturación turística, alimento saludable y reciclaje. También ayuda al progreso de la comunidad haciendo conciencia para cuidar el medio ambiente (Andalucía, 2012)

Un hotel es considerado como un establecimiento que brinda atención de alojamiento al turista que paga por su estadía. También ofrece servicios personales, entretenimientos, guarderías, espacios deportivos, piscinas, deportes y alimentos, los cuales hacen que su estadía sea más placentera. Un hotel es una estructura diseñada y preparada para la atención, unas de las principales alternativas para las personas que se encuentran de viaje por diversos motivos, ya sea por razón laboral o por turismo (Santomà & Costa, 2007)

El negocio debe definir la misión y visión para dar un rumbo al emprendimiento, éste representa dichas estrategias que ayudaran a la empresa, propietarios y empleados a tomar decisiones apropiadas. También corresponde a la actividad económica con el fin de obtener ganancias o utilidad, todo a través de la venta de productos o servicios para satisfacer las necesidades de los clientes. Incluyendo dichas etapas de producción como los recursos naturales, distribución, fabricación o venta (Roldán, 2017)

Cuando se tiene en cuenta la definición del negocio turístico se sintetiza de forma más rápida la información para la creación de nuestro establecimiento, dando a conocer si la actividad productiva es exitosa, tanto en fortalezas y poder identificar las necesidad para no desperdiciar recursos. También ayuda a medir el riesgo que puede surgir al momento de la creación de nuestro negocio, a establecer los objetivos y estrategias que nos encaminen al éxito (Boveda, 2015)

La manera de comenzar a producir un bien o servicio inicia de la clase de economía, se parte por realizar un estudio para conocer todas las oportunidades para invertir y comenzar a producir; dando lugar a la idea de producción y comercialización de un producto para la satisfacción de las necesidades de los clientes. Los recursos son necesarios para la elaboración de un negocio y proveedores interesados en la creación del producto, generando una línea con una propia marca y ser identificados en el mercado (Vera, 2008)

Las grandes industrias son los causantes de los problemas de contaminación, ya que manejan una gran afluencia de personas en consumir productos en todo el mundo. Debido a esto surge la necesidad de formar nuevos procedimientos para oprimir el impacto ambiental, entre ellos el consumo eléctrico y el agua.

En la actualidad los turistas buscan lugares nuevos para recrearse con la flora, fauna y todo lo que proporciona la naturaleza. Cada vez se crean más hoteles ecológicos que se ofrecen a nivel nacional e internacional para que su estadía sea más relajada dentro de la tranquilidad de la naturaleza. Estos alojamientos se crean con una visión en mejorar sus servicios (Almoguera, 2006)

Una nueva empresa hotelera surge por los clientes que son el centro estratégico, donde debemos tratar de forma distintiva a nuestros clientes y lograr un buen desempeño en nuestro negocio. Todo esto se trata de atraer, retener, y satisfacer las necesidades del cliente. La mayoría de estrategias para una empresa se basan solo en el producto dejando a un lado al cliente, el producto suele ser estandarizados por medios de diversos canales masivo para su distribución, dejando a un lado la satisfacción de las necesidades de nuestro público.

Cuando se trata directamente con los clientes dando a conocer nuestro producto se abren muchas posibilidades de solucionar muchas dudas, mientras que los canales de distribución crean barrera de dudas a los clientes acerca de nuestro producto. La empresa puede lograr una vinculación con el cliente. (Hax & Wilde, 2003)

El modelo de negocio se define como un conjunto de acciones de la empresa, estas pueden ser de funcionamiento político, que deciden donde invertir y el gobierno dentro de la empresa para gobernar los activos, ayudando a un manejo adecuado de operar la empresa. El uso de modelos de negocios tienen consecuencias al momento de aplicar una publicidad que ayude aumentar el valor de marca, estas puede ser de tipo flexible varían dependiendo del periodo de cada coste o volumen de venta, por otro lado tenemos la consecuencia de tipo rígida

que con el tiempo acumula gran aceptación y persisten con el valor de la marca o la reputación (Mutis & Ricart, 2008)

La empresa hotelera tiene aspiraciones y llega a constituirse con un propósito o una razón de ser. Donde debe crear un camino y ganarse un lugar en particular, si no llega a cumplir estos requerimientos crea desinterés en los clientes y la empresa pierde tiempo y dinero en inversión. Las aspiraciones de la empresa deben centrarse en todo el personal administrativo y operativo como una idea concreta del negocio. Las ideas que nos encaminan al éxito deben ser revisadas a un corto o largo plazo, puesto que alinean la administración dentro de la empresa y dan consistencia al uso de las estrategias (Indacochea, 2014)

Para definir un negocio turístico es recomendable establecer una visión futura, realizando un estudio que nos ayude a plantear las estrategias. Se debe denominar el negocio dando una razón social que debe ser realizada por un notario público y con el respectivo permiso de la secretaria de relaciones públicas. Puede ser denominada como una empresa anónima, cooperativa o comandita ya sea esta, pequeña, mediana o grande empresa (González, 2016)

Se puede hacer uso de algunos proceso que preparen y afronte el negocio en un futuro al momento de definir el negocio, pero sin dejar a un lado todos los beneficios del presente y las ideas a corto plazo. El equipo de la administración lógicamente tiene que ser creativo al tiempo de dar ideas que generen beneficios a las actividades funcionales y así poder aprovechar a estrategia de negocio y encaminarnos al éxito.

Cada empleado debe ser participe en los planes que se quiere obtener resultados favorables y a la vez ayuda a la comunicación, motivación y a la ejecución. Toda actividad debe contar con un propósito, una visión y objetivo para ser eficaz si no se cumple con esto es probable que nuestro negocio no se haga realidad (Stettinius, Doyle, & Colley, 2015)

Definir la idea del negocio proviene de las capacidades que cada uno tenemos como emprendedor, aprovechar de esos fortaleza que nos da una oportunidad para crear un producto y satisfacer las necesidades que no han podido ser cumplidas con excelencia. Al definir un negocio se crea determinadas oportunidades o necesidades que nadie ha realizado hasta la actualidad.

Una demanda insatisfecha que reclama en un determinado mercado, nuevas necesidades de los clientes, dudas y superación personal. Todo esto quiere decir que es una nueva oportunidad para crear un producto que nadie ofrece, mejorando el estilo de vida de los

consumidores que muchas veces buscan en otro mercado productos inexistentes en nuestro entorno.

Otra manera de definir la idea de inicio de nuestro negocio es estar pendiente de las oportunidades que se presentan y no en crear un producto nuevo. Podemos tomar la idea de un producto existente y agregar un valor innovador que ayude a ser diferenciado de los demás.

La gestión de talento y conocimiento son vínculos inseparables, gracias a estos surgen características innovadoras para la administración de un negocio en el proceso de desarrollo. Aún más si en la empresa se ha manejado antes la innovación como un método de ventajas competitivas; el miedo hace que no se arriesguen a la aplicación de estas estrategias mediante nuevas ideas (Tejada, 2003)

En un plan de negocios se debe definir los objetivos que se los desarrolla en la planeación estratégica del negocio, donde la meta es hacer crecer nuestra empresa en el mercado, superando las expectativas de los clientes a través de una atención personalizada. Siendo los diversos canales que ayuden a diferenciarnos de la competencia y constantemente hacer capacitaciones en la organización para tener un personal apto. En una organización se tiene que definir una tipología donde se da a conocer el tipo de negocio, la estructura y su razón social. Como también el número del personal que ayudara a cubrir las necesidades del mercado (Torres, 2014)

Ante nuevas exigencias de los consumidores surge la necesidad de crear una nueva empresa hotelera, con el propósito de satisfacer las necesidades adicionales a los clientes. Creando variedad en nuestro servicio, buen ambiente y la comodidad necesaria para posicionarnos en la mente de los clientes, esto se logra con ayudado del personal profesional que ayude a la productividad del negocio (Barahona, 2018)

Se considera negocio como una unidad productiva que a través de una organización, se produce bienes y servicios para satisfacer las necesidades de los consumidores. En el mundo un negocio es considerado como básico, puesto que si no existiría, no habría satisfacción de las necesidades de la sociedad, fuentes de empleo, entre otras. Los negocios tienen un proceso que arroja como resultado un producto o servicio que necesita y será consumido por la sociedad. Todo esto ayuda al desarrollo del sector donde se ejecute el negocio. (González, 2016)

NOMBRE DEL NEGOCIO

El nombre de la marca es el eje de nuestro negocio que debe captar y centrarse en la mente del consumidor. Los clientes no solo quieren ver, sino que también palpar el producto, por esta razón lo más importante al momento de lanzar nuestro producto es el nombre que le daremos a nuestro negocio.

En la actualidad el nombre es la clave para el éxito de nuestro negocio, un nombre que no tiene fuerza para posicionarse en la mente del cliente hace que nuestro negocio no entre en la competencia en el mercado, por eso debemos buscar un nombre con mucha creatividad e imaginación que ayude a penetrar en la mente del consumidor y a la vez dar a conocer las ventajas esenciales de nuestro producto (Aráoz, 2014)

MISIÓN Y VISIÓN DEL NEGOCIO

Definir la visión del negocio implica la formulación de ideas por parte de los miembros de la organización, sobre las metas que se requieren alcanzar en un determinado tiempo, es decir, aquellos objetivos establecidos por la empresa que serán alcanzados en un futuro, los cuales se enfocan al desarrollo estable y a su buen funcionamiento en el mercado (Oviedo & Yakusik, 2015)

Una misión se basa en una meta de los directivos relacionada a un propósito de toda la organización que se fundamenta en la planeación de la existencia de un negocio. La misión hace real la existencia de un negocio estableciendo sus metas y los principales valores que la diferenciará de las demás organizaciones, la razón de ser del negocio debe detallarse correctamente con las estrategias aplicadas y deben ser conocidas y comprendidas por todo el personal que labora en un negocio para el éxito de la misma (Oviedo & Yakusik, 2015)

Al definir el negocio se determina la competencia donde vamos a competir y las que determinan los recursos necesarios para el éxito de nuestro negocio. Cuando se establece el objetivo del negocio se incluye la visión en cuanto al producto, clientes y cobertura para tener en cuenta la competencia del hoy y mañana. También para alcanzar la posición deseable en la competencia se debe incluir recursos intangibles y tangibles. Los cambios que se realizan en la empresa debe establecerse en la misión, si no existe es posible la sobrevivencia de nuestra empresa en este mundo cada vez más dinámico (Hax & Wilde, 2003)

Al formular de manera correcta la misión de establecimiento turístico se obtiene un valor real como: la estructura y el direccionamiento a mediano y largo plazo, se crea la identidad del negocio, el propósito que toda la organización debe manejar de forma correcta y ayuda de manera general a la empresa que tome rumbos y esté preparada para el futuro (González, 2016)

OBJETIVO

Una organización tiene que establecer sus objetivos siendo sumamente importante, puesto que los objetivos son el direccionamiento de nuestro negocio, de la misma manera deben estar a disposición de todo el personal de la administración y operativo para llegar en conjunto a una misma meta. También se determina la propuesta que se relacione con el modelo que se quiere aplicar. Como la innovación y necesidad del cliente, obteniendo una mejor competitividad en el mercado empresarial (Roa Guevara & Ramírez Jarava, 2019)

El objetivo que debe perseguir un establecimiento de hotel ecológico, debe orientarse a la creación de estrategias que ayuden a la relación entre proveedores y clientes, tomando buenas acciones enfocadas al cuidado del medio ambiente con el fin de permanecer en el mercado a largo plazo (Morocho, 2013)

Al establecer los objetivos estratégicos debemos tener en cuenta que se debe obtener resultados positivos a mediano y largo plazo, todo esto surge si se ha considerado de manera correcta la misión y la visión del negocio. Para continuar con el crecimiento y rendimiento del negocio se debe establecer de manera correcta los objetivos estratégico, puesto que son eje del éxito del negocio y el alineamiento para saber el avance del negocio. Se debe tener en claro a quienes vamos a satisfacer con nuestro producto, por esto es necesario establecer el mercado. También saber exactamente cómo vamos a satisfacer esas necesidades, es recomendable saber las tendencias y funciones realizadas para saber las necesidades distintivas de nuestros consumidores (González, 2016)

CONCLUSIONES

- Establecer de manera correcta los lineamientos necesarios para la creación de la empresa hotelera de manera que puede contribuir al crecimiento y direccionamiento de la misma. Los recursos son necesarios para la elaboración de un negocio y proveedores interesados en la creación del producto, se parte por realizar un estudio para conocer todas las oportunidades para invertir y comenzar a producir. Generando una línea con una propia marca y ser identificados en el mercado, dando lugar a la idea de producción y comercialización de un producto para la satisfacción de las necesidades de los clientes.
- La mejor forma de llegar a la mente de los consumidores es proponer un buen nombre del negocio, un nombre ideal es fácilmente captado por los clientes. Para que nuestro nombre del negocio impacte en la mente del usuario requiere de mucha imaginación y creatividad. Posicionando el negocio en la competencia.
- Definir el negocio ayuda a determinar las debilidades y fortaleza del nuevo producto que se quiere crear o mejorar, se identifica la factibilidad para la creación. También se puede definir aspectos claves como administrativos y operativos para la ejecución teniendo en cuenta todas las consideraciones futuras y oportunidades con el fin de lograr un negocio apropiado y eficiente.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda llevar la planeación del negocio hotelero considerando sus principios y lineamiento con toda la organización, dar a conocer la misión, visión y sus valores. De esta manera centramos a llevar una lealtad hacia la organización y que el modelo de trabajo beneficie al capital humano y al negocio con más posibilidades de ser exitosa.
- Los negocios en la actualidad se basan solo en la competencia esto es un gran fallo en querer imitar y no sacar ideas innovadoras que sean únicas para lograr ventajas competitivas, la creación de la marca es uno de los principales problemas, mientras que un nombre no logre entrar en la mente de los consumidores es porque suele ser complicado o confuso. Se recomienda un nombre que marque la diferencia que al ser escuchado inmediatamente sepa que de trata nuestro negocio y que beneficio le ofrece al cliente. Debe estar relacionado con el servicio que se ofrece.
- Las decisiones importantes del negocio se establece en el objetivo del negocio donde se incluye la visión en cuanto al producto, clientes y cobertura para tener en cuenta la competencia del hoy y mañana. También para alcanzar la posición deseable en la competencia se debe incluir recursos intangibles y tangibles. Los cambios que se realizan en la empresa debe establecerse en la misión, si no existe es posible que no sobreviva nuestra empresa en este mundo cada vez más dinámico.

Referencias bibliográficas

- Almoguera, J. (2006). *Plan de Negocios* .
- Álvarez, C. (2009). *Innovación, competitividad y nuevos modelos de negocio*.
- Andalucía, D. (2012). *ECOHOTELES: UNA APUESTA DE SOSTENIBILIDAD*. FEDERACION.
- Aráoz, R. A. (2014). *El posicionamiento. Una estrategia de éxito para los negocios*. *Quipukamayoc*, 7(14), 103-111.
- Barahona, T. A. (2018). *Zuñiga Barahona, T. A. Plan de negocios para la implementación de una cafetería en Arzuba Hotel (Bachelor's thesis, Universidad del Azuay)*. Azuay.
- Boveda, A. (2015). *Guía Práctica para la elaboración de un negocio*. Paraguay.
- Derek, A. (1980). *Las tres dimensiones de Abell*.
- González, A. C. (2016). *Plan estratégico de negocios*. . Grupo Editorial Patria.
- Hax, A., & Wilde, D. L. (2003). *El Modelo Delta-Un Nuevo Marco Estratégico*. *Journal of Strategic Management Education*.
- Hernández, M. (2010). *Definiendo el modelo de negocio*.
- Indacochea, A. (2014). *Definiendo la estrategia en los negocios*. *Strategia*, (32), 34-35.
- Morocho, M. K. (2013). *ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOSTAL ECOLÓGICO*.
- Mutis, J., & Ricart, J. E. (2008). *Innovación en modelos de negocio: La Base de la Pirámide como campo de experimentación*. *Universia Business Review*, (18), 10-27.
- Oviedo, A., & Yakusik, A. (2015). *Guía Práctica para la Elaboración de un Plan de Negocio*.
- Ramos, P., Rivera, C., Pérez, M. J., Carreras, M., Martínez, Ó., Nadales, X., y otros. (2016). *Cómo hacer un plan de empresa EUNCET (Vol. 1)*. OmniaScience.
- Roa Guevara, J., & Ramírez Jarava, D. (2019). *Diseño de un plan de negocio de bebidas naturales y saludables en la zona nororiente*. Bogotá.
- Roldán, P. (2017). *Plan de negocio para implementar el producto*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Santomà, R., & Costa, G. (2007). *Calidad de servicio en la industria hotelera: revisión de la literatura*. *Revista de Análisis Turístico*.
- Stettinius, W., Doyle, J. L., & Colley, J. (2015). *Plan de negocio. Cómo diseñarlo e implementarlo: Todos los pasos desde el diseño a la puesta en marcha y revisión*. Profit Editorial.

- Tejada, A. (2003). *Los modelos actuales de gestión en las organizaciones*. Gestión del. Caribe.
- Torres, Z. (2014). *Teoria General de la Administracion*. Instituto Politecnico Nacional, Grupo.
<https://books.google.com.co/books?id=LtLhBAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=teoria+estructur>.
- Trejo, J. M., Gutiérrez, J. S., & Uribe, E. G. (2018). *Modelo de Negocios, Necesidades del Cliente y Gestión de la Innovación: Propuesta de Proceso Conceptual para la Mejora Competitiva*. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad*.
- Vera, B. (2008). *Plan de Negocio*.