



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

**TEMA DEL ENSAYO**

**“DEFINIENDO EL NEGOCIO-TRANSPORTE TURÍSTICO  
TERRESTRE”**

**COMPONENTE PRÁCTICO DEL EXÁMEN COMPLEXIVO  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**AUTOR:**

**SANTIANA TOMALÁ ROXANA JAZMIN**

**PROFESOR GUÍA:**

**ING. LINZÁN 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-ESTUDIO DE TRANSPORTE TURÍSTICO TERRESTRE”, elaborado por la Srta. SANTIANA TOMALÁ ROXANA JAZMIN, 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. Jessica Soraya Linzán Rodríguez MSc.

**PROFESOR GUÍA**

## DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente trabajo de Titulación denominado “DEFINIENDO EL NEGOCIO-TRANSPORTE TURÍSTICO TERRESTRE”, elaborado por la Srta. SANTIANA TOMALÁ ROXANA JAZMIN, declaro 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.

Roxana J. Santiana T

---

Roxana Jazmín Santiana Tomalá  
C.I 0926915190

## AGRADECIMIENTO

*A la Universidad Estatal Península de Santa Elena por permitirme ingresar a sus aulas, adquiriendo nuevos conocimientos y así lograr ser una profesional en esta institución.*

*A los maestros por sus enseñanzas y sus valiosos consejos.*

*A mi profesor guía por su orientación en el transcurso de este trabajo.*

*A mis padres por apoyarme en todo, por motivarme para alcanzar mis objetivos.*

*A mis hermanos y hermanas por su apoyo incondicional durante mi carrera universitaria y en mi vida.*

*ROXANA JAZMIN SANTIANA TOMALÁ*

## DEDICATORIA

*A Dios por permitirme estar aquí por cuidarme y guiarme por el camino correcto, por darme la oportunidad de culminar mis estudios universitarios.*

*A mis padres Víctor y Cristina por ser pilares fundamentales en mi vida, quienes gracias a su esfuerzo y sacrificio logre culminar mi carrera universitaria de forma exitosa.*

*A mis hermanos quienes siempre me acompañan en mis momentos difíciles.*

*A todas aquellas personas que me motivaron para superarme.*

*ROXANA JAZMIN SANTIANA TOMALÁ*

## TRIBUNAL DE GRADO



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



.....  
Ing. Jessica S. Linzan Rodríguez, MSc.  
**DOCENTE GUÍA**



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



.....  
Lic. Maritza Pérez Chiquito, MSc.  
**DOCENTE ESPECIALISTA**

**INDICE**

RESUMEN .....	8
ABSTRACT .....	9
INTRODUCCIÓN .....	10
DESARROLLO.....	11
UNIDAD TEMÁTICA II-DEFINIENDO EL NEGOCIO.....	11
RESEÑA HISTÓRICA.....	11
NOMBRE DEL NEGOCIO.....	11
RAZÓN SOCIAL.....	12
VISIÓN DEL NEGOCIO.....	12
MISIÓN DEL NEGOCIO.....	14
DETERMINACIÓN DE LOS OBJETIVOS .....	15
CONCLUSIÓN .....	18
RECOMENDACIÓN .....	19
REFERENCIAS.....	20

## RESUMEN

En el Ecuador cada día surgen nuevas empresas en diferentes sectores, así pues, notablemente crean empresas en el sector turístico, muchas con características positivas para emprender en este ámbito, sin tener en cuenta un plan de negocios; el mismo que es esencial para toda organización. Dicho plan contiene ideas muy claras de lo que se desea emprender además de examinar su viabilidad.

En la estructura del plan encontramos la definición de negocio que abarca puntos como: la reseña histórica de la organización con detalles que permiten conocer el negocio. Así como también el nombre por el cual se distingue una empresa además de estar vinculado con el servicio o producto a ofertar. De igual forma, la razón social de la organización la misma que es utilizada para todo trámite legal.

Igualmente se debe incluir la visión del negocio siendo ésta inspiradora y alcanzable; para luego elaborar la misión que representa el propósito de la organización. A su vez crear los objetivos de la empresa los cuales deben ser reales y medibles para poder efectuar actividades y después de un periodo de tiempo medir los avances.

Todos los puntos antes mencionados son claves para la creación de un plan de negocios y una vez establecido totalmente ponerlo en marcha, recalando que no solo sirve para empresas nuevas sino también para las que ya existen. Motivo por el cual en el presente trabajo se recopila información de una parte del plan de negocio y se direcciona hacia una empresa de transporte turístico.

**Palabras claves:** plan de negocio, organización, transporte, turismo.

## ABSTRACT

En Ecuador every day new companies appear in different sectors, thus, notably they create companies in the tourism sector, many with positive characteristics to undertake in this area, without taking into account a business plan; the same one that is essential for every organization. This plan contains very clear ideas of what you want to undertake as well as examining its feasibility.

In the structure of the plan, we find the definition of business that includes points such as: the historical review of the organization with details that allow us to know the business. As well as the name by which a company is distinguished in addition to being linked to the service or product to be offered. Similarly, the company name of the organization is the same that is used for all legal procedures.

Likewise, the business vision must be included, being inspiring and achievable; and then elaborate the mission that represents the purpose of the organization. In turn, create the objectives of the company which must be real and measurable in order to carry out activities and after a period of time measure progress.

All the aforementioned points are key to creating a business plan and once it is fully established, putting it into operation, emphasizing that it is not only useful for new companies but also for those that already exist. Reason why in this work information is compiled from a part of the business plan and is directed towards a tourist transport company.

**Keywords:** business plan, organization, transportation, tourism.

## INTRODUCCIÓN

El turismo en el país es una de las actividades dinamizadores de la economía debido a la variedad de atractivos turísticos naturales y culturales que posee, además de abarcar distintos servicios como hospedaje, restauración, transporte, entre otros. Por esta razón cada día surgen nuevas empresas en el ámbito turístico, que en ciertas ocasiones son creadas de manera empírica sin antes realizar un plan de negocios, motivo por el cual es importante revisar sobre un plan de negocio direccionada a una empresa de transporte turístico.

Zorita(2015) indica que “un plan de negocio es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examina su viabilidad y desarrolla las estrategias y procedimiento para convertir dicha oportunidad en un proyecto empresarial concreto”. (pág. 15)

Un plan de negocio bien constituido para una organización es de gran relevancia puesto que es una herramienta que puede ser utilizada en empresas que van a ser nuevas en el mercado como también en las existentes que desean mejorar, además en ciertas ocasiones este plan contribuye para alcanzar el éxito deseado; pues para una empresa de transporte turístico debe ser investigado debido a que es fundamental para el desarrollo del turismo en el país y en la provincia, pues mediante este servicio se brinda la oportunidad a las personas de trasladarse y conocer nuevos lugares teniendo nuevas experiencias.

El presente trabajo tiene un enfoque teórico bibliográfico de una parte del plan de negocios considerando varios autores.

El desarrollo de este ensayo empieza con la definición del negocio, que contiene la reseña histórica que permite conocer otros detalles del mismo, como también el nombre, la visión, misión y los objetivos que son puntos fundamentales para lograr lo que se pretende con el plan de negocio y posteriormente continuar con los siguientes puntos.

Finalmente se elaboran las conclusiones y recomendaciones en base al trabajo realizado.

## **DESARROLLO**

### **UNIDAD TEMÁTICA II-DEFINIENDO EL NEGOCIO**

#### **RESEÑA HISTÓRICA**

En una nueva empresa de transporte turístico se debe empezar redactando información sobre el surgimiento de la idea de tu negocio, detallando cuáles son las razones que te impulsan a crearlo y que es lo que pretendes; de igual forma se debe tener en cuenta los productos o servicios que anhelas ofertar, como también definiendo las características que lo hacen único, cabe recalcar que la reseña histórica es muy importante para el desarrollo de un plan de negocio, puesto que en base a esto se está conociendo y teniendo claridad sobre el mismo (Valverde, 2009).

Por otro lado, si el negocio ya está establecido se debe proporcionar información histórica, donde se mencione el tipo de negocio, fecha de fundación de la empresa y los años que tiene funcionando, como también datos sobre los servicios que ha ofertado durante este tiempo.

La reseña histórica en un plan de negocio de una empresa de transporte turístico es muy significativa porque sirve como punto de partida, la misma que debe incluir datos relevantes sobre la empresa. De igual forma se incluiría los factores motivacionales que influyen en su creación, mientras que en las empresas ya existentes es necesario detallar características notables, igualmente se puede realizar un análisis y relatar sobre la posición que ocupa la empresa actualmente en el mercado y como se encuentra en cuanto al aspecto financiero; así mismo proporcionar información sobre los años de crecimiento de la organización, para precisar si tiene uno o varios años. En esta parte se puede mostrar información sobre los socios que forman parte de la empresa como también del número de empleados y las diferentes actividades que realiza el equipo de trabajo, del mismo modo se puede describir quien es la persona representante de la empresa o datos que permitan identificar si el negocio o la organización es propia creada con nuestros recursos y esfuerzo o a su vez si ha sido heredado de algún familiar, entre otros (Terán, 2014).

#### **NOMBRE DEL NEGOCIO**

Toda organización debe tener un nombre definido, mediante el cual será reconocido en el mercado, el mismo que debe estar relacionado con el servicio que brinda y a su vez ser llamativo para captar la atención de sus futuros clientes, cabe destacar que la creación del

nombre del negocio es uno de los puntos fundamentales que se debe elaborar para proceder con un plan de negocios, pues el nombre de una empresa de transporte turístico es primordial, el mismo que tiene que ser original, fácil de pronunciar y recordar, que de cierta forma influya en la mente de sus clientes y usuarios, además de reunir características que le conviertan en un nombre ideal para el tipo de organización, así mismo estar relacionado con la imagen que pretendas proyectar de tu empresa (Koontz, 2005).

El nombre que se otorgue a la empresa de transporte turístico debe ser descriptivo influyendo en los clientes que solo con escuchar el nombre tengan una idea a que se dedica la empresa, el servicio que oferta, pues por otro lado al momento de elegir el nombre es necesario que sea seleccionado por decisión de todos los socios o empresarios (Pachter, 2014).

### **RAZÓN SOCIAL**

En la sociedad que vivimos existen diferentes empresas que ofertan una gran variedad de productos y servicios, cada una tiene su razón social el cual corresponde al nombre con el que se encuentra registrado de forma legal la empresa, la misma que se realiza de acuerdo a la decisión de los socios, debido a que es un requisito obligatorio para todas las empresas que quieren funcionar en el mercado, para esto se debe tener en cuenta a la línea que esta direccionada, cumpliendo una serie de requisitos y en el caso de las empresas de transportes turístico también deben cumplir con este requerimiento para su funcionamiento, el mismo que es utilizado para todo tramite que la empresa desea realizar (Valverde, 2009).

### **VISIÓN DEL NEGOCIO**

Luna (2014) menciona que “la visión es aquella idea o conjunto de ideas que se tienen de la empresa a futuro o el sueño de ésta a largo plazo. Es la luz que le indica el camino y le da un sentido estratégico”. (pág. 82)

La visión es parte fundamental para la creación de una empresa, por lo tanto, debe incluirse en el plan de negocio debido a que mediante ésta se expresa lo que pretende alcanzar dentro de algunos años, es decir los anhelos de los gerentes o personas creadoras del negocio, pues ésta se logra mediante esfuerzos de sus integrantes.

La visión de una empresa de transporte turístico debe ser clara, corta y a su vez motivante, acaparando la atención de sus integrantes e impulsando a realizar las acciones diarias para convertirla en realidad, además por medio de ella se expresa el planteamiento estratégico de la organización, también es como una guía hacia donde se dirige la empresa siempre y cuando ésta se encuentre bien establecida aportando de forma positiva porque de lo contrario estando mal estructurada no favorecería (Carrión, 2007).

De igual forma la visión de una empresa de transporte turístico debe contener puntos fundamentales, los mismos que se analizan respondiendo ciertas interrogantes como: ¿Cuáles son las características importantes de la empresa?, ¿Cómo es ahora y en que anhelas que se convierta dentro de un tiempo?, ¿hacia dónde se dirige? Considerando los productos y servicios a ofertar, la forma de contribuir con la sociedad y que de cierta manera la empresa tenga la oportunidad de crecer en el ámbito que se desenvuelve, recalcando que una visión debe ser alcanzable, además teniendo en cuenta que existen muchas empresas que ofertan el servicio de transporte turístico entonces se debe tener presente los detalles de la empresa que harán que sea escogida por el usuario, lo que la diferencia de las demás (Valverde, 2009).

Para lograr que la visión de la empresa de transporte turístico sea inspiradora se tiene que manifestar el interés de la organización a todos los que forman parte de la misma, hacia donde se quiere llegar y utilizando los recursos de manera correcta. También se debe delinear la situación futura de la empresa es decir lo ideal de la organización la misma que se cumplirá con el trabajo y esfuerzo de todos sus integrantes. Otro punto importante es motivar a los interesados en este caso a los socios para trabajar en conjunto, realizando las acciones necesarias, desarrollando las habilidades y competencia para el éxito de la organización y obtener los resultados deseados. Posteriormente se debe proporcionar un enfoque de la empresa de transporte turístico el mismo que permitirá tener una visión clara para trabajar en equipo y cumplir lo que se pretende. Por último, se tiene que inspirar a los integrantes de la organización a laborar hacia la misma dirección y así cumplir con su finalidad (Chiavenato, 2007).

En las empresas de transporte es necesario compartir la visión de la empresa en virtud que las personas que laboran dentro de la misma, se sienten comprometidos y motivados para cumplirla. Además de ser un escrito es el punto donde se fijan las acciones tanto de empleados como directivos y a su vez consideran la visión al momento de tomar las decisiones (Fred, 2003).

## MISIÓN DEL NEGOCIO

Luna (2016) indica que “la misión o razón de ser del negocio es un breve enunciado que sintetiza los principales propósitos estratégicos y valores que deberán ser reconocidos, comprendidos, así como compartidos por todas las personas que colaboran en el desarrollo del negocio”. (pág. 51)

La misión del negocio define el papel que desempeña la organización dentro de la sociedad, es decir cuáles son sus propósitos actualmente, debido a que son factores determinantes para su desarrollo en el mercado, además debe ser compartida para todos los integrantes de la organización.

Para la creación de la misión de una empresa de transporte turístico se debe responder a las preguntas ¿Qué? ¿Cómo? ¿Para qué? ¿Para quienes se va a producir el producto o servicios? Es decir, quiénes serían los clientes y considerar los motivos que llevarán a crear la empresa, a quienes estarán brindando beneficio y la necesidad que intentan cubrir, también debe estar bien estructurada debido a que en base a esto se deben elaborar los objetivos de la empresa y crear estrategias encaminadas a la consecución de las metas, además de ser un documento escrito sirve como identificación de tu empresa ante los demás proyectando su imagen (Valverde, 2009).

Para su creación es necesario la participación de las personas importantes dentro de la empresa de transporte turístico como los dueños o los directivos para tomar una decisión en conjunto, la misión debe responder a ciertas preguntas y cumplir una serie de requisitos para poder ser aceptada pues a través de ella se describen las competencias de la organización (Chiavenato, 2007).

También es necesario tener en cuenta las responsabilidades de la empresa para un buen manejo de los recursos humanos, financieros y ambientales dentro de la sociedad, pues se debe dar respuesta a cada una de las preguntas, recalcando que para el cumplimiento de la misión deben participar todos los integrantes de la organización, tanto así que luego ésta puede estar enmarcada en la pared de cada oficina recordando a los empleados la razón de ser de la empresa (Ferrell & Hartline, 2012).

Por otro lado, para la declaración de la misión de la empresa de transporte turístico se debe considerar quienes serán los clientes, cuáles serán los principales productos o servicios que desea ofertar en este caso si los desplazamientos serian dentro y fuera del país, también prestar atención a los mercados donde competirá, asimismo en cuanto a los aspectos tecnológicos la organización debe estar actualizada con los diferentes cambios. De igual forma si la organización está comprometida con su crecimiento y la rentabilidad

que desea tener, además en cuanto a la filosofía de la empresa debe atender las creencias y valores, como también el concepto propio de la empresa es decir las ventajas que tendría frente a los demás y un factor muy significativo su imagen pública indicando si la empresa es sensible o como contribuye a las inquietudes, sociales, comunitaria y ambientales; por ultimo pero no menos importante considerar el valor de los empleados. La misión desempeña un papel muy amplio y significativo, por lo tanto, debe ser clara y corta debido a que expresa la dirección de la empresa (Fred, 2003).

## **DETERMINACIÓN DE LOS OBJETIVOS**

Thompson, Peteraf, Glambe, & Strickland (2012) Mencionan que “los objetivos son metas de desempeño de una organización; es decir son los resultados y productos que la administración desea lograr”. (pág. 28)

Los objetivos son situación que se espera llegar y para ello se efectúa un conjunto de acciones para lograr resultados positivos para la organización y sus integrantes.

Existen diversos objetivos, entre ellos los personales que suelen considerarse como una fuente de motivación que en cierta forma impulsan a las personas a efectuar determinadas labores obteniendo la satisfacción por el trabajo realizado, en el caso de las empresas los dueños y empleados motivados trabajan disfrutando de sus tareas y al momento de alcanzar los logros se sienten satisfechos (Martínez, 2003).

Para un plan de negocios de una empresa de transporte turístico los objetivos deben ser claros y simples que de cierta manera permita concretar los planes de la organización, así mismo tienen que ser medibles para poder evaluar si se están cumpliendo, igualmente deben ser realistas para que puedan ejecutarse acciones que permitan lograrlos y a su vez puedan ser revisados para verificar que las actividades que se desarrollan están direccionada hacia sus objetivos, como también deben ser auténticos buscando el beneficio de la empresa y de sus integrantes.

Para crear los objetivos de una empresa de transporte turístico es necesario realizar ciertas preguntas como: ¿qué es lo que se desea alcanzar? ¿Cuándo se alcanzarán los objetivos? ¿cómo alcanzaremos los objetivos? ¿Y de qué forma será medido y evaluado? Son interrogantes a responder puesto que incluyen una planificación que con acciones permitirán lograr lo que se proyecta.

También existen diferentes formas de fijar los objetivos: considerando la posición que se desea alcanzar en el mercado donde se desarrolla tu empresa, o para incrementar las ventas del producto o servicio, asimismo mejorando la atención hacia los clientes y

usuarios, pues todo depende de los aspectos importante para la empresa que debe estar dentro de una planificación (Valverde, 2009).

Es necesario indicar que los objetivos no surgen de la nada deben partir de un análisis de la situación actual, la misma que permitirá identificar los problemas existentes o los inconvenientes que podrían ocurrir en un futuro y poder dar soluciones en ese momento, así también poder determinar las potencialidades, los cuales en cierta medida sirven para desarrollar las actividades de forma rápida, de igual forma la identificación de las necesidades y posibilidades de cambio para potencializar los factores positivos y alcanzar lo que se desea, pues se logra alcanzar los objetivos cuando estos están bien formulados contribuyendo al criterio de crecimiento y desarrollo de una organización. La definición de los objetivos en una empresa de transporte turístico sirve como factor determinante del éxito de la empresa y en ciertos casos el fracaso, en la cual implica una serie de cambios implementando estrategias, puesto que el fracaso de un negocio puede darse por no alcanzar los objetivos debido a que estos no estaban claros, los mismos que deben ser creados por la alta dirección (Sains, 2003).

Para lograr las metas de la empresa de transporte turístico es necesario plantearse objetivos los cuales pueden ser a corto, mediano y largo plazo que a través de ellos se intenta cumplir la misión de la empresa. Cuando se habla de largo plazo puede ser dentro de 2 a 5 años, pues esto también depende del tiempo que establecen las personas. Pueden ser dentro de fecha cercana o distantes, todo depende de las acciones que llevarán a cabo para alcanzarlos. Los objetivos a corto y largo plazo tienen que estar relacionado con los valores que tiene la organización, además si la empresa es grande es necesario que se creen objetivos para cada división pero que en conjunto se alcance el objetivo general de la empresa y a su vez debe estar conectados con su misión y visión.

Asimismo, existen objetivos anuales que para cumplirlos se crean políticas las cuales incluyen reglas o nuevos procedimientos establecidos por la gerencia para realizar las actividades de la mejor manera (Fred, 2003).

Las empresas de transporte turístico pueden fijar sus objetivos a largo plazo y crear sus propias estrategias, como también las actividades para cumplir con dichos objetivos, los mismos que son decisión del jefe o la persona encargada de la empresa, mientras que los objetivos a corto plazo pueden ser objetivos anuales que en ciertas ocasiones son los que se efectúan para cumplir los objetivos a largo plazo (Torrés, 2014).

Los objetivos para una empresa de transporte turístico deben ser reales y a su vez plantearse con claridad por lo tanto deben existir planes que permitan cumplirlos porque de lo contrario solo serían como un sueño, además a través de ellos se pueden medir los avances de la organización. Por otro lado, es necesario mencionar que los objetivos de las empresas de transporte turístico siempre van en relación a la misión y que también existen objetivos estratégicos los mismos que tiene políticas y tácticas para su desarrollo los cuales suelen ser expresados en términos cuantitativo (Luna, 2014).

## CONCLUSIÓN

Se ha podido evidenciar durante la elaboración de éste trabajo que existe gran cantidad de información que facilitan la elaboración de una parte del plan de negocios para una empresa de transporte turístico, encontrando aportes muy importantes y de gran utilidad debido a que si el modelo está definido y estructurado de forma correcta permitirán llevar una buena implementación del mismo, considerando puntos clave como: el nombre del negocio que es lo primordial, la razón social que identifica a la empresa registrada legalmente, la visión que se quiere lograr, la misión y los objetivos que ayudarán a cumplir lo que la empresa desea.

## **RECOMENDACIÓN**

Las empresas de transporte turístico deben seguir la estructura de un plan de negocio y redactar el escrito antes de ejecutar aquella idea, para obtener mejores resultados, recalando que en la actualidad existen muchas empresas que ofertan el servicio de transporte trasladando a turistas nacionales y extranjeros, por lo tanto es necesario la planificación en las empresas nuevas y mejorar su funcionamiento en las que ya existen, además esto en cierta forma permitirá reducir y superar las dificultades en un futuro puesto que es fundamental considerar los puntos iniciales para poder tomar decisiones beneficiando a las empresas y a sus clientes.

## REFERENCIAS

- Carrión, J. (2007). *ESTRATEGIA DE LA VISIÓN A LA ACCIÓN*. Madrid: ESIC.
- Chiavenato, I. (2007). *ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS*. México: Mc Graw Hill.
- Ferrell, O., & Hartline, M. (2012). *ESTRATEGIA DE MARKETING*. México: Cengage Learning.
- Fred, D. (2003). *CONCEPTOS DE ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA*. México: Pearson Educación.
- Koontz, D. (2005). *SEA COMPETITIVO*. Barcelona: Robinkbook.
- Luna, A. (2014). *ADMINISTRACIÓN ESTRATEGICA*. México: Grupo Editorial Patria.
- Luna, A. (2016). *PLAN ESTRATÉGICO DE NEGOCIOS*. México: Grupo Editorial Patria.
- Martínez, M. (2003). *LA GESTIÓN EMPRESARIAL. Equilibrando objetivos y valores*. Madrid: Diaz De Santos.
- Pachter, B. (2014). *ETIQUETA Y ESTILO EN LOS NEGOCIOS*. México: Penguin Random House Grupo Editorial.
- Sains, J. (2003). *EL PLAN ESTRATÉGICO EN LA PRÁCTICA*. Madrid: ESIC.
- Terán, D. (2014). *ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE LA FUNCIÓN INFORMÁTICA*. México: Alfaomega.
- Thompson, A., Peteraf, M., Glambe, J., & Strickland, A. (2012). *ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA. TEORÍA Y CASOS*. México: 2012.
- Torrés, Z. (2014). *ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA*. México: Grupo Editorial Patria.
- Valverde, M. (Octubre de 2009). *GUIA DE IDEAS Y PLAN DE NEGOCIOS*. Lima: RAPIMAGEN S.A.
- Zorita, E. (2015). *PLAN DE NEGOCIOS*. Madrid: ESIC.