



Instrumento para facilitar el proceso de enseñanza-
aprendizaje de la asignatura

GUÍA GENERAL DE ESTUDIO DE LA ASIGNATURA

20250027

EMPRENDIMIENTO

Período académico

Tercero

Octubre 2025

ADM. GASTRON. NELLY ALEXANDRA
GONZÁLEZ CHÁVEZ



GUIA GENERAL DE ESTUDIO DE LA ASIGNATURA – EMPRENDIMIENTO

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA

Carrera de Tecnología Superior en Turismo

ISTT TUR Primera Edición – Tena, Octubre 2025

SIN ISBN

Instituto Superior Tecnológico Tena
Km. 1 1/2 Vía Tena - Archidona
Tena, Ecuador

Este texto ha sido sometido a un proceso de evaluación por pares internos. El contenido se puede citar y reproducir, siempre que se reconozca los créditos correspondientes, refiriendo.

AUTOR(ES) - REDACCIÓN Y FORMULACIÓN DE CONTENIDOS

Adm. Gastron. Nelly Alexandra González Chávez

Profesor del Instituto Superior Tecnológico Tena

REVISIÓN DE PARES

Mg. Alvaro Santiago Toalombo Díaz
Mg. Henry Fabian Chango Chango
Mg. Martha Janina Duarte Mora
Mg. Danilo Alexander Zamora Núñez
Leda. Maria Angélica Campoverde Encalada

Comisión de revisión técnica de guías de estudio del Instituto Superior Tecnológico Tena

APROBACIÓN

Mg. Danilo Alexander Zamora Núñez
Coordinador de Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación

Impreso y hecho en Ecuador.



TABLA DE CONTENIDOS	
DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA.....	5
PRERREQUISITOS Y CORREQUISITOS	5
DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA	5
OBJETIVO GENERAL	5
CONTRIBUCIÓN DE LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA AL PERFIL DE EGRESO DE LA CARRERA	5
CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA.....	6
ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS Y RECURSOS DIDÁCTICOS	6
BIBLIOGRAFÍA.....	7
DESCRPTIVA DE LAS COMPETENCIAS DE LA GUÍA DE EMPRENDIMIENTO.....	8
Competencias Específicas	8
CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA.....	8
COMPETENCIAS ESPECÍFICAS.....	8
UNIDAD 1 INTRODUCCIÓN AL EMPRENDIMIENTO.....	9
DIAGRAMA DE APRENDIZAJE.....	9
SÍNTESIS.....	9
1.1 Definición, Importancia y Tipos de Emprendimientos	10
1.2 Características del Emprendedor.....	11
1.3 Modelos de Negocio en la Economía Circular.....	11
1.4 Fuentes de Ideas para Nuevos Proyectos.....	12
1.5 Opciones de Emprendimiento en Turismo	12
CUESTIONARIO.....	13
📌 ACTIVIDAD ÁULICA.....	14
UNIDAD 2 INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO.....	14
DIAGRAMA DE APRENDIZAJE.....	15
SÍNTESIS.....	15
2.1 Innovación, definición y características	15
2.1.1 Estudio de caso: genios y empresarios creativos.....	16
2.2 Productos turísticos innovadores.....	18
2.3 Design Thinking.-Ideas innovadoras, soluciones creativas.....	18
2.3.1 Herramientas y técnicas de Design Thinking.....	19
CUESTIONARIO.....	20
📌 ACTIVIDAD ÁULICA.....	21
UNIDAD 3 PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO DEL PROYECTO.....	22
DIAGRAMA DE APRENDIZAJE.....	22



SÍNTESIS	23
3.1 Metodología Canvas	23
3.2 Elementos de la metodología Canvas	23
3.2.1 Planificación estratégica: Propuesta de valor	23
3.2.2 Sondeo de mercado: Segmento de clientes	24
3.2.3 Canales de distribución	24
3.2.4 Relación con los clientes	25
3.2.5 Planificación Financiera: Fuentes de ingreso	25
3.2.6 Planificación técnica: Recursos claves	25
3.2.7 Asignación administrativa: Actividades claves	26
3.2.8 Relación con los socios	26
CASO 1:	27
✓ Beneficios de emprender entre amigos (con estructura formal)	28
3.2.9 Estructura de costes	28
📄 Costos Variables	29
📄 Costos Fijos	29
✓ Importancia de conocer la estructura de costes:	30
CUESTIONARIO	30
📄 ACTIVIDAD ÁULICA	31
UNIDAD 4 PLAN DE NEGOCIOS Y COMERCIALIZACIÓN	32
DIAGRAMA DE APRENDIZAJE	32
SÍNTESIS	33
4.1 Elaboración del plan de negocios	33
4.2 Presentación de la empresa	34
4.3 Elevator Pitch	35
ESTRUCTURA DE UN PLAN DE NEGOCIOS DE UN EMPRENDIMIENTO	36
CUESTIONARIOS RESUELTOS	38
📄 CUESTIONARIO: INTRODUCCIÓN AL EMPRENDIMIENTO (Resuelto)	38
📄 CUESTIONARIO: INNOVACIÓN Y DESIGN THINKING EN TURISMO	39
Bibliografía	42
ELABORACIÓN, REVISIÓN Y APROBACIÓN DE PARES	44



GUIA GENERAL DE ESTUDIO DE LA ASIGNATURA

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA							
Carrera	Tecnología Superior en Turismo		Nombre asignatura		Emprendimiento		
Modalidad	Presencial		Campo de Formación		N/A		
Jornada	Vespertina		Unidad de Organización Curricular		Básica		
Periodo académico	Tercero		Código de la asignatura		TUR301		
Distribución de horas en las actividades de aprendizaje			Nº Total de horas de la asignatura			48	
Nº de horas Docencia	32	Nº de horas Aprendizaje Práctico Experimental				Nº de horas Autónomo	0
		En contacto con docente	16	Autónomo	0		
PRERREQUISITOS Y CORREQUISITOS							
Prerrequisitos de la asignatura				Correquisitos de la asignatura			
Asignatura	Código			Asignatura	Código		
DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA							
<p>La asignatura de emprendimiento busca desarrollar habilidades claves que permitan el fomento de la creatividad, la resolución de problemas, toma de decisiones y ajustarse a las cambiantes condiciones del mercado; empodera a los estudiantes para convertirse en agentes de cambio positivo enfrentando los desafíos del mundo empresarial contemporáneo.</p>							
OBJETIVO GENERAL							
<p>Proporcionar herramientas necesarias para abordar los desafíos empresariales, ya sea iniciando su propio negocio o contribuyendo activamente en entornos corporativos.</p>							
CONTRIBUCIÓN DE LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA AL PERFIL DE EGRESO DE LA CARRERA							
Resultados de aprendizaje de la asignatura		Resultados de aprendizaje del perfil de egreso de la carrera				Contribución (alta – media – baja)	
Elabora un plan de negocios de un emprendimiento turístico aplicando la metodología SENPLADES		<p>Aplica técnicas y procedimientos operativos en las diferentes etapas del servicio.</p> <p>Estructura productos turísticos innovadores para mejorar la oferta del mercado turístico actual.</p>				<p>Baja</p> <p>Media</p>	



CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA (descripción mínima de contenidos de la asignatura)

Unidad 1 Introducción al emprendimiento

- 1.1 Definición, importancia, tipos de emprendimientos
- 1.2 Características del emprendedor
 - 1.2.1 Perfil del emprendedor
 - 1.2.1 Habilidades del emprendedor
- 1.3 Modelos de negocio en la economía circular
- 1.4 Fuente de ideas para nuevos proyectos
- 1.5 Opciones de emprendimiento en turismo

Unidad 2 Innovación y emprendimiento

- 2.1 Innovación, definición y características
 - 2.1.1 Estudio de caso: genios y empresarios creativos
- 2.2 Productos turísticos innovadores
- 2.3 Design Thinking.-Ideas innovadoras, soluciones creativas
 - 2.3.1 Herramientas y técnicas de Design Thinking

Unidad 3 Planificación y desarrollo del proyecto

- 3.1 Metodología Canvas
- 3.2 Elementos de la metodología Canvas
 - 3.2.1 Planificación estratégica: Propuesta de valor
 - 3.2.2 Sondeo de mercado: Segmento de clientes
 - 3.2.3 Canales de distribución
 - 3.2.4 Relación con los clientes
 - 3.2.5 Planificación Financiera: Fuentes de ingreso
 - 3.2.6 Planificación técnica: Recursos claves
 - 3.2.7 Asignación administrativa: Actividades claves
 - 3.2.8 Relación con los socios
 - 3.2.9 Estructura de costes

Unidad 4 Plan de negocios y comercialización

- 4.1 Elaboración del plan de negocios
 - 4.1.1 Estructura del plan de negocios
- 4.2 Presentación de la empresa
- 4.3 Elevator Pitch

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS Y RECURSOS DIDÁCTICOS

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	HABILIDADES BLANDAS	FINALIDAD
Activas para la enseñanza y aprendizaje	Valores vinculados a la autonomía del sujeto: confianza, crítica y autocrítica, honestidad, integridad	<ul style="list-style-type: none"> • Generar confianza/ Promover el pensamiento crítico. • Permite a los estudiantes cumplir un rol activo dentro de su formación. • Construye una sociedad participante.



Aprendizaje y trabajo cooperativo	Valores elementales de convivencia y civilidad: crítica y autocrítica, tolerancia, empatía, respeto, justicia, lealtad, paciencia	<ul style="list-style-type: none"> • Promover un ambiente de colaboración/ trabajo en equipo/ Saber escuchar/Promover el pensamiento crítico/ fomentar el liderazgo/ adaptabilidad. • Mantener una comunicación abierta con el equipo/ tolerancia a los errores, aceptar y aprender de las críticas. • Fomentar el sentido de pertenencia 	
Aprendizaje individual	Valores vinculados a la autonomía del sujeto: responsabilidad, honestidad, integridad, efectividad, autonomía	<ul style="list-style-type: none"> • Facilitar la asimilación del contenido por parte del estudiante/ Plantear preguntas para promover la comunicación efectiva /Promover el pensamiento crítico • Lectura comprensiva para fijar contenidos/ Promover el pensamiento crítico 	
RECURSOS DIDÁCTICOS			
MATERIALES CONVENCIONALES	<i>Material impreso: libros, folletos, fotocopias, periódicos, etc.</i>		
	<i>Tableros didácticos: pizarra</i>		
MATERIALES AUDIOVISUALES	<i>Imágenes fijas proyectables (fotos): diapositivas y fotografías.</i>		
	<i>Materiales audiovisuales (vídeo): películas y videos</i>		
NUEVAS TECNOLOGÍAS	<i>Programas informáticos: procesador de palabras, hojas de cálculo, presentaciones</i>		
	<i>Servicios telemáticos: páginas web, plataforma EVA, correo electrónico, google drive, chats (WhatsApp)</i>		
BIBLIOGRAFÍA			
Bibliografía Básica de la Asignatura:		Físico	Digital
Méndez, R. (2020). <i>Formulación y Evaluación de Proyectos, enfoque para emprendedores</i> (décima edición). Eco Ediciones. Colombia. ISBN: 978-958-771-911-6. Número de inventario en biblioteca: ISTT-ADM-0369		X	
Prieto, C. (2017). <i>Emprendimiento Conceptos y plan de negocios</i> (segunda edición). Pearson. México. ISBN: 978-607-32-4018-5. Número de inventario en biblioteca: ISTT-ADM-0325		X	
Ramírez, E.,Cajigas, Margot., Ramírez, D. (2020). <i>Modelos de negocios Dinámicos</i> (primera edición). ECOE Ediciones. Bogotá. ISBN: 978-958-771-930-7. Número de inventario en biblioteca: ISTT-ADM-0251		X	
Bibliografía de consulta de la Asignatura:		Físico	Digital
Gutiérrez, E. (2016). <i>Neurocreatividad en la Empresa Gestión y Emprendimiento</i> (primera edición). Ediciones de la U. Colombia. ISBN: 978-958-762-589-9. Número de inventario en biblioteca: ISTT-ADM-0091		X	



DESCRIPTIVA DE LAS COMPETENCIAS DE LA GUÍA DE EMPRENDIMIENTO

Las competencias de emprendimiento son un conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes y valores que permiten a una persona identificar oportunidades, transformar ideas en acciones concretas y generar valor económico, social o cultural de manera sostenible. Estas competencias no se limitan al ámbito empresarial, sino que también son útiles en la vida personal y profesional.

Competencias Específicas

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA (descripción mínima de contenidos de la asignatura)	COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
Unidad 1 Introducción al emprendimiento 1.1 Definición, importancia, tipos de emprendimientos 1.2 Características del emprendedor 1.2.1 Perfil del emprendedor 1.2.1 Habilidades del emprendedor 1.3 Modelos de negocio en la economía circular 1.4 Fuente de ideas para nuevos proyectos 1.5 Opciones de emprendimiento en turismo	Identifica los fundamentos del emprendimiento, sus tipos, características del emprendedor y oportunidades en distintos sectores para proponer ideas de negocio viables.
Unidad 2 Innovación y emprendimiento 2.1 Innovación, definición y características 2.1.1 Estudio de caso: genios y empresarios creativos 2.2 Productos turísticos innovadores 2.3 Design Thinking.-Ideas innovadoras, soluciones creativas 2.3.1 Herramientas y técnicas de Design Thinking	Desarrolla ideas innovadoras aplicando el pensamiento creativo y metodologías centradas en el usuario para generar soluciones viables y sostenibles.
Unidad 3 Planificación y desarrollo del proyecto 3.1 Metodología Canvas 3.2 Elementos de la metodología Canvas 3.2.1 Planificación estratégica: Propuesta de valor 3.2.2 Sondeo de mercado: Segmento de clientes 3.2.3 Canales de distribución 3.2.4 Relación con los clientes 3.2.5 Planificación Financiera: Fuentes de ingreso 3.2.6 Planificación técnica: Recursos claves 3.2.7 Asignación administrativa: Actividades claves 3.2.8 Relación con los socios 3.2.9 Estructura de costes	Elabora modelos de negocio aplicando herramientas como el modelo Canvas para estructurar una propuesta de valor coherente y planificada.
Unidad 4 Plan de negocios y comercialización 4.1 Elaboración del plan de negocios 4.1.1 Estructura del plan de negocios 4.2 Presentación de la empresa 4.3 Elevator Pitch	Diseña un plan de negocios completo, integrando análisis de mercado, organización, estrategias de marketing y proyecciones financieras para validar su viabilidad.



UNIDAD 1 INTRODUCCIÓN AL EMPRENDIMIENTO

- 1.1 Definición, importancia, tipos de emprendimientos
- 1.2 Características del emprendedor
 - 1.2.1 Perfil del emprendedor
 - 1.2.1 Habilidades del emprendedor
- 1.3 Modelos de negocio en la economía circular
- 1.4 Fuente de ideas para nuevos proyectos
- 1.5 Opciones de emprendimiento en turismo

Resultado de Aprendizaje

El estudiante reconoce la importancia del emprendimiento en el contexto económico y social, diferencia los tipos de emprendimiento, y describe las características necesarias para emprender de manera efectiva.

DIAGRAMA DE APRENDIZAJE



SÍNTESIS

La unidad ofrece una visión global del emprendimiento, abarcando su definición, impacto en la sociedad, tipos existentes y el perfil del emprendedor. Se enfatiza en la creatividad, liderazgo, resiliencia y otras habilidades clave, además de introducir áreas específicas como el turismo y la economía circular como oportunidades de innovación emprendedora.



Introducción al Emprendimiento

Este documento proporciona una visión general del emprendimiento, abarcando su definición, importancia y diversos tipos. Se exploran las características esenciales de un emprendedor exitoso, incluyendo su perfil y habilidades clave. Además, se examinan los modelos de negocio dentro del contexto de la economía circular, las fuentes de ideas para nuevos proyectos y las oportunidades específicas de emprendimiento en el sector turístico.

1.1 Definición, Importancia y Tipos de Emprendimientos

Definición: El emprendimiento se define como el proceso de diseñar, lanzar y administrar un nuevo negocio, que generalmente comienza como una pequeña empresa o una "startup", ofreciendo un producto, proceso o servicio para la venta o alquiler. Implica asumir riesgos financieros y personales para crear valor y obtener ganancias.

Importancia: El emprendimiento juega un papel crucial en el desarrollo económico y social. Contribuye a:

- **Creación de empleo:** Los emprendimientos generan nuevas oportunidades de trabajo, reduciendo el desempleo y mejorando la calidad de vida.
- **Innovación:** Los emprendedores suelen ser innovadores, introduciendo nuevos productos, servicios y procesos que mejoran la eficiencia y la competitividad.
- **Crecimiento económico:** El emprendimiento impulsa el crecimiento económico al generar riqueza, aumentar la productividad y fomentar la inversión.
- **Desarrollo social:** Los emprendedores a menudo abordan problemas sociales y ambientales, creando soluciones innovadoras y sostenibles.
- **Competitividad:** El emprendimiento fomenta la competencia en el mercado, lo que beneficia a los consumidores con mejores productos y precios.

Tipos de Emprendimientos:

- **Emprendimiento por necesidad:** Surge cuando las personas no tienen otras opciones de empleo y se ven obligadas a crear su propio negocio para subsistir.
- **Emprendimiento por oportunidad:** Se basa en la identificación de una oportunidad de mercado y la creación de un negocio para satisfacer una necesidad o deseo.
- **Emprendimiento social:** Se centra en la resolución de problemas sociales y ambientales, buscando generar un impacto positivo en la comunidad.
- **Emprendimiento innovador:** Se basa en la creación de productos, servicios o procesos innovadores que transforman el mercado.
- **Emprendimiento tecnológico:** Se centra en el desarrollo y la comercialización de tecnologías innovadoras.
- **Emprendimiento corporativo (Intraemprendimiento):** Se desarrolla dentro de una empresa existente, donde los empleados crean nuevos productos o servicios.
- **Pequeños negocios:** Son emprendimientos de baja escala, como tiendas de barrio, restaurantes familiares, etc.
- **Startups:** Son empresas emergentes con alto potencial de crecimiento, generalmente basadas en la innovación y la tecnología.



1.2 Características del Emprendedor

1.2.1 Perfil del Emprendedor

El perfil del emprendedor se caracteriza por una serie de rasgos y atributos personales que facilitan el éxito en la creación y gestión de un negocio. Algunos de los rasgos más comunes incluyen:

- **Pasión:** Un fuerte entusiasmo por el proyecto y el deseo de marcar la diferencia.
- **Visión:** La capacidad de imaginar el futuro del negocio y establecer metas claras.
- **Determinación:** La perseverancia y la resiliencia para superar los obstáculos y alcanzar el éxito.
- **Confianza:** La creencia en la propia capacidad para lograr los objetivos.
- **Creatividad:** La capacidad de generar ideas innovadoras y soluciones originales.
- **Liderazgo:** La habilidad de inspirar y motivar a otros para trabajar en equipo.
- **Adaptabilidad:** La capacidad de ajustarse a los cambios del mercado y las nuevas oportunidades.
- **Tolerancia al riesgo:** La disposición a asumir riesgos calculados para alcanzar el éxito.
- **Orientación a resultados:** El enfoque en el logro de metas y la medición del progreso.
- **Ética:** La integridad y la honestidad en todas las acciones.

1.2.2 Habilidades del Emprendedor

Además de los rasgos personales, los emprendedores exitosos poseen una serie de habilidades clave que les permiten gestionar eficazmente sus negocios. Estas habilidades incluyen:

- **Habilidades de gestión:** Planificación, organización, dirección y control de los recursos.
- **Habilidades financieras:** Gestión del flujo de caja, elaboración de presupuestos y análisis de estados financieros.
- **Habilidades de marketing:** Investigación de mercado, desarrollo de estrategias de marketing y ventas.
- **Habilidades de comunicación:** Comunicación efectiva con clientes, empleados, inversores y otros stakeholders.
- **Habilidades de negociación:** Capacidad para llegar a acuerdos beneficiosos con proveedores, clientes y socios.
- **Habilidades de resolución de problemas:** Identificación y solución de problemas de manera eficiente y eficaz.
- **Habilidades de toma de decisiones:** Capacidad para tomar decisiones informadas y oportunas.
- **Habilidades de liderazgo:** Capacidad para inspirar y motivar a otros.
- **Habilidades técnicas:** Conocimiento y dominio de las herramientas y tecnologías relevantes para el negocio.
- **Habilidades de networking:** Capacidad para construir y mantener relaciones profesionales.

1.3 Modelos de Negocio en la Economía Circular

La economía circular es un modelo económico que busca minimizar el desperdicio y maximizar el valor de los recursos. Los modelos de negocio en la economía circular se basan en los principios de reducir, reutilizar, reparar, renovar y reciclar. Algunos ejemplos de modelos de negocio en la economía circular incluyen:



- **Diseño para la durabilidad:** Productos diseñados para durar más tiempo y ser reparados fácilmente.
- **Alquiler o leasing:** Ofrecer productos como un servicio en lugar de venderlos.
- **Reacondicionamiento y remanufactura:** Restaurar productos usados a su estado original o mejorado.
- **Plataformas de intercambio:** Facilitar el intercambio de bienes y servicios entre usuarios.
- **Reciclaje y valorización de residuos:** Transformar los residuos en nuevos productos o materiales.
- **Economía colaborativa:** Modelos de negocio basados en el intercambio y el uso compartido de recursos.

1.4 Fuentes de Ideas para Nuevos Proyectos

Las ideas para nuevos proyectos pueden surgir de diversas fuentes, incluyendo:

- **Problemas:** Identificar problemas existentes y buscar soluciones innovadoras.
- **Necesidades:** Detectar necesidades insatisfechas en el mercado y desarrollar productos o servicios para satisfacerlas.
- **Tendencias:** Analizar las tendencias del mercado y anticipar las futuras necesidades de los consumidores.
- **Tecnología:** Aprovechar las nuevas tecnologías para crear productos o servicios innovadores.
- **Experiencia personal:** Utilizar la propia experiencia y conocimientos para identificar oportunidades de negocio.
- **Brainstorming:** Generar ideas en grupo a través de sesiones de brainstorming.
- **Investigación de mercado:** Realizar estudios de mercado para identificar oportunidades y necesidades.
- **Observación:** Observar el comportamiento de los consumidores y las tendencias del mercado.

1.5 Opciones de Emprendimiento en Turismo

El sector turístico ofrece una amplia gama de oportunidades de emprendimiento, incluyendo:

- **Alojamiento:** Hoteles boutique, hostales, alquileres vacacionales, glamping.
- **Restauración:** Restaurantes temáticos, food trucks, catering, experiencias gastronómicas.
- **Actividades:** Tours guiados, actividades de aventura, alquiler de equipos, clases de cocina.
- **Transporte:** Alquiler de coches, bicicletas, scooters, servicios de transporte turístico.
- **Artesanía y souvenirs:** Tiendas de artesanía, mercados locales, venta online de productos turísticos.
- **Servicios:** Agencias de viajes, consultoría turística, marketing digital para turismo.
- **Turismo sostenible:** Ecoturismo, turismo rural, turismo comunitario.
- **Turismo de salud y bienestar:** Spas, retiros de yoga, turismo médico.
- **Turismo cultural:** Visitas guiadas a museos y sitios históricos, festivales y eventos culturales.

Estas son solo algunas de las muchas opciones de emprendimiento disponibles en el sector turístico. La clave para el éxito es identificar una necesidad o deseo del mercado y desarrollar un producto o servicio innovador y de alta calidad que satisfaga esa necesidad.





CUESTIONARIO

Instrucciones: Selecciona la opción correcta para cada pregunta.

1. **¿Cuál es la definición más adecuada de emprendimiento?**
 - a) Es una actividad de entretenimiento basada en ideas novedosas.
 - b) Es el proceso de crear empleos públicos mediante políticas estatales.
 - c) Es el proceso de diseñar, lanzar y administrar un nuevo negocio.
 - d) Es la venta de productos únicamente tecnológicos.

2. **¿Qué tipo de emprendimiento surge por la falta de opciones laborales?**
 - a) Emprendimiento innovador
 - b) Emprendimiento tecnológico
 - c) Emprendimiento por necesidad
 - d) Emprendimiento corporativo

3. **¿Cuál de las siguientes NO es una característica del perfil del emprendedor?**
 - a) Tolerancia al riesgo
 - b) Creatividad
 - c) Resistencia al cambio
 - d) Ética

4. **El emprendimiento social se enfoca principalmente en:**
 - a) Aumentar las ganancias de las empresas multinacionales.
 - b) Resolver problemas sociales y ambientales.
 - c) Producir bienes a bajo costo para la exportación.
 - d) Establecer franquicias en zonas urbanas.

5. **¿Qué habilidad permite al emprendedor analizar presupuestos y estados financieros?**
 - a) Habilidad de comunicación
 - b) Habilidad financiera
 - c) Habilidad de negociación
 - d) Habilidad de liderazgo

6. **¿Cuál de los siguientes modelos pertenece a la economía circular?**
 - a) Venta masiva de productos sin empaque
 - b) Producción acelerada de bienes
 - c) Reacondicionamiento y remanufactura
 - d) Subcontratación de procesos industriales

7. **¿Cuál de las siguientes es una fuente de ideas para nuevos proyectos?**
 - a) Imitación sin análisis
 - b) Problemas existentes
 - c) Suerte o azar
 - d) Reducción de personal

8. **Una startup se caracteriza principalmente por:**
 - a) Ser una empresa tradicional con procesos manuales.
 - b) Tener bajo potencial de crecimiento.
 - c) Basarse en la innovación y el uso de tecnología.
 - d) Ser propiedad del Estado.

9. **En el contexto turístico, ¿cuál de las siguientes es una opción de emprendimiento sostenible?**
 - a) Alquiler de vehículos de lujo
 - b) Turismo rural y ecoturismo
 - c) Restaurantes de comida rápida
 - d) Venta de paquetes vacacionales estándar



10. ¿Cuál de las siguientes habilidades permite al emprendedor inspirar y guiar a su equipo?

- a) Técnica
- b) Financiera
- c) Comunicación
- d) Liderazgo

ACTIVIDAD ÁULICA

Nombre: "Perfil del Emprendedor Turístico"

Objetivo: Aplicar los conocimientos sobre tipos de emprendimiento, características del emprendedor y oportunidades en el sector turístico.

Instrucciones:

1. En grupos de 3 a 4 estudiantes, identifiquen una oportunidad de negocio turístico en su localidad.
2. Redacten una breve descripción del emprendimiento, indicando:
 - o Tipo de emprendimiento (por necesidad, social, tecnológico, etc.).
 - o Modelo de negocio basado en economía circular (si aplica).
 - o Perfil del emprendedor ideal para este proyecto.
 - o Al menos 3 habilidades clave que necesitaría ese emprendedor.
3. Presenten su propuesta en una cartelera o presentación digital frente a la clase.

Criterios de evaluación:

- Aplicación correcta de conceptos (definición, tipos, perfil, habilidades).
- Originalidad y viabilidad de la idea.
- Claridad en la exposición.
- Trabajo colaborativo.

UNIDAD 2 INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO



2.1 Innovación, definición y características

- 2.1.1 Estudio de caso: genios y empresarios creativos
- 2.2 Productos turísticos innovadores
- 2.3 Design Thinking.-Ideas innovadoras, soluciones creativas
- 2.3.1 Herramientas y técnicas de Design Thinking

Resultado de Aprendizaje

El estudiante utiliza herramientas como Design Thinking y casos reales de innovación para crear propuestas originales orientadas a necesidades reales del entorno.

DIAGRAMA DE APRENDIZAJE



SÍNTESIS

Esta unidad profundiza en la relación entre innovación y emprendimiento, abordando casos de genios creativos y su impacto en la economía. Se exploran herramientas como SCAMPER, mapas de empatía y prototipado, que permiten al estudiante diseñar productos o servicios turísticos innovadores y sostenibles con alto valor agregado.

2.1 Innovación, definición y características



La innovación, en su esencia, es la introducción de algo nuevo: una idea, un método, o un dispositivo. No se trata simplemente de inventar, sino de implementar con éxito una invención o una idea creativa en el mercado o en la sociedad. La innovación puede ser radical, transformando industrias enteras, o incremental, mejorando productos o procesos existentes.

Características clave de la innovación:

- **Novedad:** La innovación implica algo nuevo o significativamente mejorado. Esto puede ser un producto, un servicio, un proceso, un modelo de negocio o una forma de organización.
- **Valor:** La innovación debe crear valor para los usuarios, clientes o la sociedad en general. Este valor puede ser económico, social, ambiental o de otro tipo.
- **Implementación:** La innovación no es solo una idea; debe ser implementada y llevada al mercado o a la práctica.
- **Impacto:** La innovación debe tener un impacto significativo en el mercado, la sociedad o la organización que la implementa.

La innovación puede clasificarse en diferentes tipos, incluyendo:

- **Innovación de producto:** Introducción de un nuevo producto o servicio, o mejora significativa de uno existente.
- **Innovación de proceso:** Implementación de un nuevo o significativamente mejorado método de producción o entrega.
- **Innovación de marketing:** Implementación de un nuevo método de marketing que implique cambios significativos en el diseño del producto, el empaque, el posicionamiento, la promoción o el precio.
- **Innovación organizacional:** Implementación de un nuevo método organizacional en las prácticas comerciales de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones externas.

2.1.1 Estudio de caso: genios y empresarios creativos

Para comprender mejor la innovación en la práctica, es útil examinar casos de estudio de individuos creativos y exitosos.

- **Steve Jobs (Apple):** Jobs personificó la innovación a través de su visión de crear productos tecnológicamente avanzados que fueran intuitivos y estéticamente agradables. Su enfoque en el diseño y la experiencia del usuario revolucionó la industria de la computación personal, la música digital y la telefonía móvil.



- **Elon Musk (Tesla, SpaceX):** Musk ha demostrado una capacidad excepcional para innovar en múltiples industrias, desde la automotriz con Tesla, donde ha impulsado la adopción de vehículos eléctricos, hasta la aeroespacial con SpaceX, donde ha reducido significativamente los costos de los viajes espaciales. Su enfoque en la sostenibilidad y la exploración espacial lo ha convertido en un líder visionario.



- **Walt Disney (The Walt Disney Company):** Disney revolucionó la industria del entretenimiento con su visión de crear experiencias mágicas para personas de todas las edades. Su innovación en la animación, los parques temáticos y el merchandising sentó las bases para un imperio del entretenimiento global.



Estos ejemplos ilustran que la innovación requiere una combinación de creatividad, visión, perseverancia y la capacidad de convertir ideas en realidad.

2.2 Productos turísticos innovadores

La innovación en el turismo es crucial para atraer a nuevos clientes, mejorar la experiencia del viajero y diferenciar un destino de la competencia. Los productos turísticos innovadores pueden abarcar una amplia gama de ofertas, incluyendo:

- **Experiencias inmersivas:** Actividades que permiten a los turistas sumergirse en la cultura local, la historia o la naturaleza de un destino. Ejemplos incluyen tours gastronómicos interactivos, talleres de artesanía tradicional y experiencias de realidad virtual que recrean eventos históricos.
- **Turismo sostenible:** Productos turísticos que minimizan el impacto ambiental y social, y que benefician a las comunidades locales. Esto puede incluir eco-lodges, tours de observación de aves con guías locales y proyectos de conservación comunitaria.
- **Tecnología aplicada al turismo:** Uso de la tecnología para mejorar la experiencia del viajero, desde aplicaciones móviles que ofrecen información personalizada hasta sistemas de reserva en línea y experiencias de realidad aumentada.
- **Turismo de nicho:** Productos turísticos dirigidos a segmentos específicos del mercado, como el turismo de aventura, el turismo de bienestar, el turismo gastronómico o el turismo cultural.

Ejemplos de productos turísticos innovadores:

- **Airbnb Experiences:** Ofrece a los viajeros la oportunidad de participar en actividades únicas y auténticas dirigidas por locales.
- **Icehotel (Suecia):** Un hotel construido completamente de hielo que se reconstruye cada año.
- **Singita (África):** Ofrece safaris de lujo con un enfoque en la conservación y el apoyo a las comunidades locales.

2.3 Design Thinking.-Ideas innovadoras, soluciones creativas



El Design Thinking es una metodología centrada en el ser humano para la resolución de problemas y la generación de ideas innovadoras. Se basa en la empatía, la experimentación y la iteración para crear soluciones que satisfagan las necesidades de los usuarios.

El proceso de Design Thinking generalmente se compone de las siguientes etapas:

1. **Empatizar:** Comprender las necesidades, deseos y motivaciones de los usuarios.
2. **Definir:** Definir claramente el problema que se va a resolver.
3. **Idear:** Generar una amplia gama de ideas creativas para solucionar el problema.
4. **Prototipar:** Crear prototipos rápidos y económicos de las ideas más prometedoras.
5. **Testear:** Probar los prototipos con los usuarios para obtener retroalimentación y mejorar las soluciones.

El Design Thinking es especialmente útil para desarrollar productos y servicios turísticos innovadores, ya que permite comprender las necesidades de los viajeros y crear experiencias que superen sus expectativas.

2.3.1 Herramientas y técnicas de Design Thinking

Existen numerosas herramientas y técnicas que pueden utilizarse en cada etapa del proceso de Design Thinking. Algunas de las más comunes incluyen:

- **Empatizar:**
 - **Entrevistas:** Realizar entrevistas en profundidad con los usuarios para comprender sus necesidades y experiencias.
 - **Observación:** Observar a los usuarios en su entorno natural para identificar sus comportamientos y desafíos.
 - **Mapas de empatía:** Crear representaciones visuales de las emociones, pensamientos y comportamientos de los usuarios.
- **Definir:**
 - **Definición del problema (Problem Statement):** Formular una declaración clara y concisa del problema que se va a resolver.
 - **Análisis de la causa raíz:** Identificar las causas subyacentes del problema.
- **Idear:**
 - **Brainstorming:** Generar una gran cantidad de ideas en un ambiente colaborativo y sin juicios.
 - **SCAMPER:** Utilizar una lista de verificación de preguntas para estimular la creatividad y generar nuevas ideas.
 - **Mapas mentales:** Crear diagramas visuales que conecten ideas y conceptos.
- **Prototipar:**
 - **Storyboarding:** Crear una secuencia de imágenes que ilustren la experiencia del usuario con el producto o servicio.
 - **Prototipos de papel:** Crear prototipos rápidos y económicos utilizando papel y otros materiales simples.
- **Testear:**



- **Pruebas de usabilidad:** Observar a los usuarios mientras interactúan con el prototipo para identificar problemas y áreas de mejora.
- **Encuestas:** Recopilar retroalimentación de los usuarios a través de encuestas y cuestionarios.

La aplicación efectiva de estas herramientas y técnicas puede ayudar a generar ideas innovadoras y soluciones creativas que satisfagan las necesidades de los usuarios y creen valor en el mercado turístico.

CUESTIONARIO

Instrucciones: Escoge la opción correcta en cada pregunta.

1. **¿Qué es innovación?**
 - a) Crear una idea artística original.
 - b) Implementar con éxito una idea o invención en el mercado.
 - c) Invertir en nuevas empresas tecnológicas.
 - d) Desarrollar habilidades técnicas especializadas.
2. **Una característica fundamental de la innovación es:**
 - a) La tradición.
 - b) La novedad.
 - c) La imitación.
 - d) El bajo costo.
3. **¿Cuál de las siguientes es una innovación de proceso?**
 - a) Lanzar un producto nuevo al mercado.
 - b) Crear un nuevo logotipo para la empresa.
 - c) Implementar un nuevo método de producción.
 - d) Organizar eventos culturales.
4. **Elon Musk ha innovado principalmente en:**
 - a) Educación y psicología.
 - b) Agricultura y ganadería.
 - c) Industria automotriz y aeroespacial.
 - d) Moda y diseño.
5. **¿Qué hace único al Icehotel en Suecia?**
 - a) Ofrece experiencias culturales.
 - b) Se ubica en una zona tropical.
 - c) Está construido completamente de hielo.
 - d) Es el hotel más antiguo de Europa.
6. **¿Cuál de estas opciones describe una experiencia inmersiva en turismo?**
 - a) Reservar un hotel en línea.
 - b) Visitar un sitio sin guía.
 - c) Participar en un taller de artesanía local.
 - d) Comprar souvenirs en un centro comercial.



7. ¿Cuál es la primera etapa del proceso de Design

Thinking?

- a) Idear.
 - b) Empatizar.
 - c) Prototipar.
 - d) Testear.
8. ¿Qué técnica de Design Thinking se usa para generar muchas ideas sin juzgar?
- a) Análisis de causa raíz.
 - b) Mapas de empatía.
 - c) Brainstorming.
 - d) Pruebas de usabilidad.
9. ¿Cuál es un ejemplo de herramienta para la etapa de prototipado?
- a) Encuestas de usuario.
 - b) Mapas mentales.
 - c) Storyboarding.
 - d) Observación directa.
10. ¿Cuál es el objetivo principal del Design Thinking?
- a) Optimizar recursos financieros.
 - b) Resolver problemas de forma creativa centrada en el usuario.
 - c) Elaborar informes técnicos.
 - d) Controlar procesos administrativos.

ACTIVIDAD ÁULICA

Nombre: *Creando un Producto Turístico Innovador con Design Thinking*

Objetivo: Aplicar el proceso de Design Thinking para diseñar un producto turístico innovador adaptado a las necesidades reales de los usuarios.

Instrucciones:

1. Formar equipos de 3 a 4 estudiantes.
2. Elijan un destino turístico local o nacional.
3. Apliquen las 5 etapas del Design Thinking para diseñar un producto o experiencia innovadora en ese destino:
 - o Empatizar: entrevisten a viajeros reales o ficticios (pueden usar encuestas).
 - o Definir: identifiquen un problema o necesidad no cubierta.
 - o Idear: realicen una lluvia de ideas sobre posibles soluciones.
 - o Prototipar: diseñen un prototipo visual (cartel, folleto, maqueta).
 - o Testear: presenten el prototipo a sus compañeros y recojan sugerencias.
4. Elaboren una exposición con apoyo visual (cartel, presentación o maqueta) para compartir su producto turístico innovador en clase.

Criterios de evaluación:

- Aplicación del proceso de Design Thinking.
- Originalidad e innovación del producto.
- Claridad en la presentación.
- Participación equitativa del grupo.



UNIDAD 3 PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO DEL PROYECTO

- 3.1 Metodología Canvas
- 3.2 Elementos de la metodología Canvas
 - 3.2.1 Planificación estratégica: Propuesta de valor
 - 3.2.2 Sondeo de mercado: Segmento de clientes
 - 3.2.3 Canales de distribución
 - 3.2.4 Relación con los clientes
 - 3.2.5 Planificación Financiera: Fuentes de ingreso
 - 3.2.6 Planificación técnica: Recursos claves
 - 3.2.7 Asignación administrativa: Actividades claves
 - 3.2.8 Relación con los socios
 - 3.2.9 Estructura de costes

Resultado de Aprendizaje

El estudiante diseña un modelo de negocio completo, identificando segmentos de clientes, canales, recursos, actividades y costos, integrando conocimientos técnicos y financieros.

DIAGRAMA DE APRENDIZAJE



Elementos Clave de la Metodología Canvas



© Universidad Tecnológica de Ecuador

SÍNTESIS

La unidad se enfoca en la planificación estructurada de un emprendimiento, a través del uso del modelo Canvas. Se analizan aspectos como la propuesta de valor, fuentes de ingreso, costos, recursos clave y relación con el cliente. El objetivo es que el estudiante pase de una idea a un proyecto organizado, viable y sostenible.

3.1 Metodología Canvas

La Metodología Canvas, también conocida como Business Model Canvas, es una herramienta estratégica que permite describir, diseñar, desafiar e inventar modelos de negocio de manera visual y estructurada. En lugar de un plan de negocios extenso y detallado, Canvas ofrece una representación concisa en una sola página, facilitando la comprensión y la comunicación entre los miembros del equipo y los stakeholders. Su flexibilidad y adaptabilidad la hacen ideal para proyectos de cualquier tamaño y sector. La metodología se basa en nueve bloques de construcción interrelacionados que cubren las áreas clave de un negocio o proyecto.

3.2 Elementos de la metodología Canvas

A continuación, se detallan los nueve elementos que componen la Metodología Canvas, explicando su importancia y cómo contribuyen a la planificación y el desarrollo del proyecto.

3.2.1 Planificación estratégica: Propuesta de valor



La propuesta de valor describe el valor que un proyecto ofrece a sus clientes. Responde a la pregunta: ¿Qué problema estamos resolviendo o qué necesidad estamos satisfaciendo? Debe ser clara, concisa y diferenciadora, destacando los beneficios únicos que el proyecto ofrece en comparación con la competencia. Una propuesta de valor sólida es fundamental para atraer y retener clientes.

Para definir la propuesta de valor, es importante considerar:

- **Novedad:** ¿Ofrece algo completamente nuevo al mercado?
- **Rendimiento:** ¿Mejora el rendimiento de un producto o servicio existente?
- **Personalización:** ¿Se adapta a las necesidades específicas de cada cliente?
- **Diseño:** ¿Ofrece un diseño superior o más atractivo?
- **Marca/Status:** ¿Asocia el cliente a una marca prestigiosa o un estatus social deseable?
- **Precio:** ¿Ofrece una solución más económica?
- **Reducción de Costos:** ¿Ayuda al cliente a reducir costos?
- **Reducción de Riesgos:** ¿Minimiza los riesgos para el cliente?
- **Accesibilidad:** ¿Hace que un producto o servicio sea más accesible?
- **Conveniencia/Usabilidad:** ¿Ofrece mayor comodidad o facilidad de uso?

3.2.2 Sondeo de mercado: Segmento de clientes

El segmento de clientes define el grupo específico de personas u organizaciones a las que el proyecto se dirige. Identificar el segmento de clientes es crucial para adaptar la propuesta de valor, los canales de distribución y la relación con los clientes a sus necesidades y preferencias. Es posible que un proyecto se dirija a múltiples segmentos de clientes, cada uno con características y necesidades distintas.

Para definir el segmento de clientes, es importante considerar:

- **Datos demográficos:** Edad, género, ingresos, educación, ocupación.
- **Datos geográficos:** Ubicación, clima, densidad de población.
- **Datos psicográficos:** Estilo de vida, valores, intereses, personalidad.
- **Comportamiento:** Hábitos de compra, frecuencia de uso, lealtad a la marca.
- **Necesidades:** ¿Qué problemas o necesidades tienen estos clientes?
- **Dolores:** ¿Qué frustraciones o dificultades experimentan?
- **Aspiraciones:** ¿Qué objetivos o deseos tienen?

3.2.3 Canales de distribución

Los canales de distribución describen cómo el proyecto entrega su propuesta de valor a los clientes. Incluyen tanto los canales de comunicación como los canales de venta y distribución. La elección de los canales adecuados es fundamental para llegar al segmento de clientes objetivo de manera eficiente y efectiva.

Los canales de distribución pueden ser:

- **Directos:** Venta directa, tienda propia, equipo de ventas, sitio web.
- **Indirectos:** Distribuidores, minoristas, mayoristas, socios.
- **Online:** Redes sociales, correo electrónico, marketing de contenidos.
- **Offline:** Publicidad en medios tradicionales, ferias, eventos.



Es importante considerar la eficiencia, el costo y la experiencia del cliente al elegir los canales de distribución.

3.2.4 Relación con los clientes

La relación con los clientes describe el tipo de relación que el proyecto establece y mantiene con sus clientes. Puede variar desde una relación personal y cercana hasta una relación automatizada y distante. El tipo de relación con los clientes debe estar alineado con el segmento de clientes objetivo y la propuesta de valor.

Los tipos de relación con los clientes pueden ser:

- **Asistencia Personal:** Interacción directa con un representante de la empresa.
- **Asistencia Personal Dedicada:** Un representante asignado a un cliente específico.
- **Autoservicio:** El cliente se sirve a sí mismo.
- **Servicios Automatizados:** Sistemas automatizados que brindan soporte al cliente.

- **Comunidades:** Foros online donde los clientes pueden interactuar entre sí.
- **Co-creación:** Involucrar a los clientes en el diseño y desarrollo de productos o servicios.

3.2.5 Planificación Financiera: Fuentes de ingreso

Las fuentes de ingreso describen cómo el proyecto genera ingresos a partir de su propuesta de valor. Pueden incluir la venta de productos o servicios, el cobro de suscripciones, la publicidad, el alquiler, las licencias, etc. Es importante identificar las fuentes de ingreso más rentables y sostenibles para el proyecto.

Las fuentes de ingreso pueden ser:

- **Venta de Activos:** Venta de la propiedad de un producto.
- **Cuota de Uso:** Cobro por el uso de un servicio.
- **Cuota de Suscripción:** Cobro recurrente por acceso a un servicio.
- **Préstamo/Alquiler/Arrendamiento:** Cobro por el uso temporal de un activo.
- **Licencias:** Cobro por el derecho a usar una propiedad intelectual.
- **Comisiones de Intermediación:** Cobro por conectar a dos o más partes.
- **Publicidad:** Cobro por publicidad en la plataforma del proyecto.

3.2.6 Planificación técnica: Recursos claves



Los recursos claves describen los activos más importantes que el proyecto necesita para funcionar. Pueden incluir recursos físicos, intelectuales, humanos y financieros. Es fundamental identificar y asegurar los recursos claves para garantizar el éxito del proyecto.

Los recursos claves pueden ser:

- **Físicos:** Instalaciones, equipos, vehículos, materias primas.
- **Intelectuales:** Patentes, marcas registradas, derechos de autor, bases de datos.
- **Humanos:** Personal cualificado, expertos, talento.
- **Financieros:** Capital, líneas de crédito, subvenciones.

3.2.7 Asignación administrativa: Actividades claves

Las actividades claves describen las acciones más importantes que el proyecto debe realizar para que su modelo de negocio funcione. Pueden incluir la producción, la resolución de problemas, la gestión de la cadena de suministro, el marketing, etc. Es importante identificar y optimizar las actividades claves para mejorar la eficiencia y la rentabilidad del proyecto.

Las actividades claves pueden ser:

- **Producción:** Diseño, fabricación, entrega de productos.
- **Resolución de Problemas:** Soporte técnico, atención al cliente.
- **Gestión de la Cadena de Suministro:** Adquisición de materias primas, logística.
- **Desarrollo de Plataforma/Red:** Mantenimiento y mejora de la plataforma.

3.2.8 Relación con los socios

La **relación con los socios** es un componente clave en el desarrollo y sostenibilidad de cualquier emprendimiento. Implica la forma en que se gestiona la comunicación, los acuerdos, responsabilidades y toma de decisiones entre los miembros que integran la sociedad empresarial.

Aspectos Clave en la Relación con los Socios

1. **Definición de roles y responsabilidades**
 - Cada socio debe tener funciones claras según sus competencias.
 - Se establece quién se encarga de la gestión operativa, administrativa, financiera, comercial, etc.
2. **Distribución del capital**
 - Se establece el porcentaje de participación de cada socio en el capital del negocio.
 - Esto influye en la distribución de utilidades y la capacidad de voto en decisiones.
3. **Toma de decisiones**



- Se define si las decisiones serán por mayoría, por unanimidad o según el porcentaje de participación.
- Es recomendable establecer un protocolo para resolver discrepancias.
- 4. **Acuerdos contractuales**
 - Se formaliza la relación mediante un **contrato de sociedad** o un **pacto de socios**, que incluya:
 - Aportes iniciales y adicionales
 - Reparto de beneficios
 - Mecanismos de salida o ingreso de nuevos socios
 - Cláusulas de confidencialidad y no competencia
- 5. **Comunicación y reuniones periódicas**
 - Es fundamental **mantener canales abiertos y transparentes de comunicación**.
 - Se recomienda establecer reuniones mensuales o trimestrales para revisar avances y tomar **decisiones estratégicas**.
- 6. **Resolución de conflictos**
 - Prever **mecanismos como mediación o arbitraje** en caso de desacuerdos importantes.
 - Fomentar una cultura de **respeto, colaboración y visión compartida**.

Importancia de una buena relación entre socios

- **Aumenta la confianza** y compromiso entre los miembros.
- **Reduce riesgos de conflictos internos** que puedan afectar el negocio.
- **Mejora la eficiencia en la gestión** y ejecución del plan de trabajo.
- **Facilita el crecimiento y sostenibilidad** del emprendimiento.

CASO 1:

♥ Relación con los Socios (Caso: Sociedad entre Amigos)

En este emprendimiento, la sociedad está conformada por un grupo de amigos con intereses y metas comunes. Esta relación de amistad es una fortaleza, pero también implica retos que deben gestionarse con responsabilidad y madurez.

🌱 Aspectos Clave de la Relación entre Socios-Amigos

1. **Roles y responsabilidades claras**

Aunque existe confianza, es fundamental **definir con precisión quién hace qué** dentro del negocio. Por ejemplo:

 - Uno de los socios se encarga de la **gestión administrativa y contable**.
 - Otro **maneja la operación diaria** y la relación con clientes.
 - Un tercero supervisa la **producción o servicios**.
2. **Aportes y participación**
 - Cada socio ha realizado un aporte inicial en **dinero, tiempo o recursos materiales**.



- Se ha determinado un **porcentaje de participación equitativo**, o proporcional al aporte, dejando todo por escrito.
- 3. **Decisiones por consenso**
 - Como grupo de amigos, se ha establecido que las **decisiones clave se tomarán por consenso** en reuniones mensuales.
 - En caso de desacuerdo, se acude a un método de votación interna, siempre privilegiando el diálogo.
- 4. **Contrato de socios**
 - Para proteger la amistad y asegurar la transparencia, se ha firmado un **acuerdo de socios informal pero vinculante**, donde se detalla:
 - Derechos y obligaciones
 - Distribución de utilidades
 - Normas de comportamiento dentro del negocio
 - Procedimientos en caso de retiro voluntario de algún socio
- 5. **Respeto mutuo y comunicación**
 - La amistad no exime de mantener una relación profesional durante la operación del negocio.

 - Se privilegia el **respeto mutuo**, la honestidad y una **comunicación constante**, clara y sin juicios personales.

- 6. **Prevención y resolución de conflictos**
 - Se reconoce que pueden surgir diferencias y se ha acordado **no mezclar lo personal con lo empresarial**.
 - Ante cualquier conflicto, se acude a una reunión específica para dialogar con apertura y buscar una solución amigable.

✓ *Beneficios de emprender entre amigos (con estructura formal):*

- Existe **confianza previa** y motivación compartida.
- La comunicación fluye de forma natural.
- Se fortalece el **compromiso afectivo** con el éxito del emprendimiento.
- Es posible construir un ambiente laboral agradable y cohesionado.

3.2.9 Estructura de costes

La estructura de costes describe todos los costos en los que incurre el proyecto para operar. Incluyen los costos fijos, los costos variables, los costos de marketing, los costos de personal, etc. Es importante comprender y gestionar la estructura de costes para garantizar la rentabilidad del proyecto.

Los tipos de estructura de costes pueden ser:



- **Costos Fijos:** Costos que no varían con el volumen de producción.
- **Costos Variables:** Costos que varían con el volumen de

III Estructura de Costes

La estructura de costes es la forma en que una empresa organiza y clasifica sus gastos para operar y ofrecer sus productos o servicios. Comprender esta estructura permite tomar decisiones estratégicas sobre precios, rentabilidad y sostenibilidad del negocio.

1 Costos Variables

Son aquellos **gastos que cambian proporcionalmente** al nivel de producción o ventas. A mayor producción o ventas, mayor será el gasto.

Ejemplos comunes:

- Materia prima (ingredientes, insumos)
- Comisiones por ventas
- Energía eléctrica (en procesos de producción)
- Transporte o entrega por unidad

- Empaques o etiquetas por producto

Características:

- Directamente relacionados con la actividad productiva
- Son predecibles a partir del volumen de producción o ventas

2 Costos Fijos

Son aquellos **gastos que permanecen constantes**, independientemente del nivel de producción o ventas en un periodo determinado.

Ejemplos comunes:

- Alquiler del local
- Sueldos del personal administrativo
- Servicios básicos fijos (internet, telefonía)
- Seguros
- Licencias o permisos

Características:



- No varían con la producción
- Deben pagarse incluso si no hay ventas

Ejemplo en un Emprendimiento Gastronómico

Tipo de costo	Ejemplo	Monto estimado mensual
Costo Fijo	Alquiler del local	\$500
	Sueldo del chef	\$800
	Internet y teléfono	\$50
Costo Variable	Harina, azúcar, huevos (por pastel)	\$5 por unidad
	Caja y empaque (por pastel)	\$1 por unidad
	Comisión por venta	10% del precio venta

Importancia de conocer la estructura de costos:

- Permite calcular el **punto de equilibrio**
- Ayuda a **fixar precios competitivos**
- Mejora la **planificación financiera**
- Permite identificar **oportunidades de reducción de costos**

CUESTIONARIO

Instrucciones: Escoge la opción correcta para cada pregunta.

1. **¿Qué es la Metodología Canvas?**
 - a) Un modelo financiero para grandes empresas.
 - b) Un método de análisis para medir la productividad laboral.
 - c) Una herramienta visual para diseñar y planificar modelos de negocio.
 - d) Una estrategia de inversión en la bolsa de valores.
2. **¿Qué elemento del Canvas se enfoca en describir el valor que el proyecto ofrece al cliente?**
 - a) Segmento de clientes.
 - b) Relación con los socios.
 - c) Propuesta de valor.
 - d) Fuentes de ingreso.
3. **¿Cuál de los siguientes NO es un criterio para definir la propuesta de valor?**
 - a) Reducción de riesgos.
 - b) Conveniencia.
 - c) Rentabilidad empresarial.
 - d) Marca/estatus.
4. **El segmento de clientes se define principalmente mediante:**
 - a) Canales de distribución.
 - b) Datos demográficos, psicográficos y de comportamiento.



- d) Recursos financieros.
- c) Actividades claves.
5. **¿Cuál es un canal de distribución directo?**
- Mayoristas y distribuidores.
 - Tienda propia o sitio web.
 - Agencias intermediarias.
 - Ferias y eventos de terceros.
6. **El tipo de relación con clientes que se da a través de foros o comunidades virtuales se denomina:**
- Co-creación.
 - Servicios automatizados.
 - Comunidades.
 - Autoservicio.
7. **¿Qué fuente de ingreso corresponde al cobro recurrente por el acceso a un servicio?**
- Cuota de suscripción.
 - Venta de activos.
 - Préstamo o arrendamiento.
 - Comisiones de intermediación.
8. **¿Qué tipo de recurso clave incluye patentes, marcas y bases de datos?**
- Recurso físico.
 - Recurso intelectual.
 - Recurso humano.
 - Recurso financiero.
9. **En una sociedad entre amigos, ¿cuál es una buena práctica recomendada?**
- Evitar firmar contratos para no dañar la amistad.
 - Dejar los roles sin definir para mayor flexibilidad.
 - Establecer roles y contratos claros para evitar conflictos.
 - Tomar decisiones según la antigüedad del socio.
10. **¿Cuál de los siguientes corresponde a un costo fijo?**
- Harina y azúcar por pastel.
 - Alquiler del local.
 - Empaque por unidad vendida.
 - Comisión por venta.

ACTIVIDAD ÁULICA

Objetivo:

Aplicar la Metodología Canvas para diseñar el modelo de negocio de un emprendimiento real o ficticio, identificando sus nueve bloques de construcción y justificando cada decisión tomada.



Instrucciones para los estudiantes:

1. **Formen equipos de 3 a 5 personas.**
2. Elijan un emprendimiento (puede ser un proyecto personal, una idea ficticia o una empresa conocida de su localidad).
3. Descarguen o dibujen el **Lienzo Canvas** en una hoja grande (formato A3 o cartulina).
4. **Completen cada uno de los 9 bloques del modelo, explicando brevemente:**
 - o **Propuesta de valor:** ¿Qué necesidad resuelven? ¿Qué los hace diferentes?
 - o **Segmento de clientes:** ¿A quién está dirigido su producto o servicio?
 - o **Canales de distribución:** ¿Cómo entregarán su propuesta de valor?
 - o **Relación con los clientes:** ¿Qué tipo de relación establecerán con ellos?
 - o **Fuentes de ingreso:** ¿Cómo obtendrán ingresos?
 - o **Recursos claves:** ¿Qué recursos necesitan para operar?
 - o **Actividades claves:** ¿Cuáles son las tareas esenciales para su funcionamiento?
 - o **Relación con socios:** ¿Qué aliados o socios necesitarán?
 - o **Estructura de costes:** ¿Qué costos fijos y variables tendrán?
5. Presenten su modelo Canvas en clase en un máximo de **10 minutos**, justificando sus decisiones y respondiendo preguntas del docente o compañeros.

Materiales sugeridos:

- Plantilla del modelo Canvas (impresa o dibujada)
- Marcadores, post-its, colores
- Hojas de trabajo
- Acceso a internet para investigación, si es necesario

UNIDAD 4 PLAN DE NEGOCIOS Y COMERCIALIZACIÓN

- 4.1 Elaboración del plan de negocios
 - 4.1.1 Estructura del plan de negocios
- 4.2 Presentación de la empresa
- 4.3 Elevator Pitch

Resultado de Aprendizaje

El estudiante formula un plan de negocio detallado que incluye resumen ejecutivo, análisis de mercado, propuesta de valor y plan financiero, demostrando habilidades de planificación y análisis.

DIAGRAMA DE APRENDIZAJE



PLAN DE NEGOCIOS Y COMERCIALIZACIÓN

Elevator Pitch

Resumen conciso para inversores potenciales

Presentación de la Empresa

Descripción general de las operaciones empresariales

Estructura del Plan de Negocios

Marco para la estrategia empresarial



SÍNTESIS

La unidad guía al estudiante en la construcción de un plan de negocios realista y profesional. Se abordan todos los elementos esenciales: estudio de mercado, descripción de la empresa, marketing, operaciones y finanzas. Se busca que el estudiante esté en condiciones de presentar su proyecto a posibles inversionistas o socios estratégicos.

4.1 Elaboración del plan de negocios

Un plan de negocios es un documento formal que describe los objetivos de una empresa, las estrategias para alcanzarlos, el mercado al que se dirige y la estructura financiera de la empresa. Es una herramienta crucial para la planificación, la gestión y la búsqueda de financiación.

4.1.1 Estructura del Plan de Negocios

La estructura de un plan de negocios puede variar según el tipo de empresa y el propósito del plan, pero generalmente incluye los siguientes elementos:

- **Resumen Ejecutivo:** Es una síntesis de todo el plan de negocios. Debe ser conciso, atractivo y resaltar los puntos clave del negocio. Se escribe al final, una vez que se han completado todas las demás secciones.



- **Descripción de la Empresa:** Detalla la naturaleza del negocio, su misión, visión y valores. Incluye información sobre la historia de la empresa (si la hay), su estructura legal y la ubicación.
- **Análisis del Mercado:** Evalúa el mercado objetivo, incluyendo el tamaño del mercado, las tendencias, la competencia y el público objetivo. Se debe identificar las necesidades del cliente y cómo la empresa planea satisfacerlas.
- **Organización y Gestión:** Describe la estructura organizativa de la empresa, incluyendo los roles y responsabilidades del equipo directivo. Destaca la experiencia y las habilidades del equipo.
- **Servicio o Producto:** Describe detalladamente los productos o servicios que ofrece la empresa. Explica las ventajas competitivas, la propiedad intelectual (si la hay) y el proceso de desarrollo.
- **Marketing y Ventas:** Detalla la estrategia de marketing y ventas, incluyendo la segmentación del mercado, el posicionamiento, la estrategia de precios, la promoción y la distribución.
- **Plan Financiero:** Presenta las proyecciones financieras de la empresa, incluyendo el estado de resultados proyectado, el balance general proyectado, el flujo de caja proyectado y el análisis de punto de equilibrio. Incluye también las necesidades de financiación y cómo se utilizarán los fondos.
- **Apéndices:** Incluye documentos de respaldo, como curriculums del equipo directivo, estudios de mercado, patentes, permisos y contratos.

4.2 Presentación de la empresa

La presentación de la empresa es fundamental para comunicar la propuesta de valor a potenciales inversores, clientes y socios. Debe ser clara, concisa y persuasiva.

Elementos Clave de una Presentación Efectiva:

- **Conocimiento del Público:** Adaptar la presentación al público objetivo. Considerar sus intereses, conocimientos y expectativas.
- **Claridad y Concisión:** Utilizar un lenguaje claro y evitar la jerga técnica. Mantener la presentación concisa y enfocada en los puntos clave.
- **Propuesta de Valor:** Destacar la propuesta de valor única de la empresa. Explicar cómo la empresa resuelve un problema o satisface una necesidad del cliente.
- **Evidencia:** Respalda las afirmaciones con datos, estadísticas y testimonios. Mostrar evidencia del potencial del negocio.
- **Diseño Visual:** Utilizar un diseño visual atractivo y profesional. Utilizar imágenes, gráficos y tablas para ilustrar los puntos clave.



- **Ensayo y Práctica:** Ensayar la presentación varias veces para asegurar una entrega fluida y segura. Practicar las respuestas a posibles preguntas.

Tipos de Presentaciones:

- **Presentaciones para Inversores:** Se centran en el potencial de retorno de la inversión. Destacan el modelo de negocio, el mercado objetivo y las proyecciones financieras.
- **Presentaciones para Clientes:** Se centran en los beneficios del producto o servicio. Destacan cómo la empresa resuelve un problema o satisface una necesidad del cliente.
- **Presentaciones para Socios:** Se centran en las oportunidades de colaboración. Destacan los beneficios mutuos y el potencial de crecimiento conjunto.

4.3 Elevator Pitch

Un "Elevator Pitch" es una presentación concisa y persuasiva de una idea de negocio, producto o servicio que se puede entregar en el tiempo que dura un viaje en ascensor (aproximadamente 30-60 segundos). Es una herramienta esencial para captar la atención de potenciales inversores, clientes o socios en situaciones informales.

Elementos Clave de un Elevator Pitch Efectivo:

- **Problema:** Identificar el problema que la empresa resuelve.
- **Solución:** Presentar la solución que ofrece la empresa.
- **Mercado:** Describir el mercado objetivo.
- **Ventaja Competitiva:** Destacar la ventaja competitiva de la empresa.
- **Equipo:** Presentar al equipo directivo.
- **Llamada a la Acción:** Indicar qué se espera del oyente (por ejemplo, una reunión, una inversión, una compra).

Ejemplo de Elevator Pitch:

"Somos [Nombre de la Empresa], y ayudamos a pequeñas empresas a aumentar sus ventas online. Hemos notado que muchas pequeñas empresas tienen dificultades para crear campañas de marketing digital efectivas. Nuestra plataforma ofrece herramientas fáciles de usar y soporte personalizado para crear campañas de marketing digital que generen resultados. Nuestro mercado objetivo son las pequeñas empresas con un presupuesto limitado para marketing. Nuestra ventaja competitiva es nuestra plataforma intuitiva y nuestro enfoque en el soporte personalizado. Nuestro equipo está formado por expertos en marketing digital con años de experiencia. Nos gustaría reunirnos contigo para mostrarte cómo nuestra plataforma puede ayudarte a aumentar tus ventas online."

Consejos para un Elevator Pitch Exitoso:

- **Sé Conciso:** Utiliza un lenguaje claro y directo. Evita la jerga técnica.



- **Sé Entusiasta:** Muestra pasión por tu negocio.
- **Sé Persuasivo:** Destaca los beneficios de tu producto o servicio.
- **Practica:** Ensaya tu elevator pitch varias veces para que te salga natural.
- **Adapta:** Adapta tu elevator pitch al público objetivo.

En resumen, la elaboración de un plan de negocios sólido, la presentación efectiva de la empresa y el dominio del "Elevator Pitch" son habilidades cruciales para el éxito empresarial. Estas herramientas permiten a los emprendedores comunicar su visión, atraer inversores y clientes, y construir un negocio sostenible.

ESTRUCTURA DE UN PLAN DE NEGOCIOS DE UN EMPRENDIMIENTO

1. Portada

- Nombre del emprendimiento
- Logo (si ya existe)
- Nombre del emprendedor o grupo
- Fecha
- Institución educativa o de apoyo (si aplica)

2. Resumen Ejecutivo

- Descripción general del negocio.
- Necesidad que satisface.
- Público objetivo.
- Propuesta de valor.
- Resumen financiero estimado (opcional).

3. Descripción del Emprendimiento

- Nombre del emprendimiento.
- Misión y visión.
- Objetivo general y específicos.
- Valores.
- Ubicación del negocio.

4. Análisis de Mercado



- Segmento de clientes.

- Necesidades que se cubrirán.
- Análisis FODA.
- Competencia directa e indirecta.
- Tendencias del mercado.

5. Propuesta de Valor

- ¿Qué diferencia a tu producto o servicio del resto?
- ¿Por qué los clientes deberían elegirte?

6. Plan de Marketing

- Producto o servicio: características principales.
- Precio: estrategia de fijación de precios.
- Plaza (distribución): canales de venta.
- Promoción: estrategias de difusión y publicidad.

7. Plan Operativo

- Descripción del proceso productivo o de prestación de servicios.
- Recursos materiales y humanos necesarios.
- Proveedores y logística.
- Cronograma de actividades iniciales.

8. Organización y Gestión

- Estructura organizativa del negocio.
- Roles y funciones de cada integrante.
- Perfil del equipo emprendedor.

9. Análisis Financiero Estimado

- Inversión inicial.
- Costos fijos y variables.
- Punto de equilibrio.



- Proyección de ingresos.

- Flujo de caja y estado de resultados proyectado.

10. Sostenibilidad y Responsabilidad Social

- Acciones para minimizar impactos ambientales.
- Aportes a la comunidad o al desarrollo local.

11. Conclusiones

- Viabilidad del emprendimiento.
- Retos y oportunidades identificadas.
- Proyecciones a corto y mediano plazo.

12. Anexos

- Fotografías de productos o prototipos.
- Resultados de encuestas o estudios de mercado.
- Presupuestos o cotizaciones.
- Organigramas u otros gráficos.

CUESTIONARIOS RESUELTOS

■ CUESTIONARIO: INTRODUCCIÓN AL EMPRENDIMIENTO (Resuelto)

1. **¿Cuál es la definición más adecuada de emprendimiento?**
 - a) Es una actividad de entretenimiento basada en ideas novedosas.
 - b) Es el proceso de crear empleos públicos mediante políticas estatales.
 - c) Es el proceso de diseñar, lanzar y administrar un nuevo negocio. ✓
 - d) Es la venta de productos únicamente tecnológicos.
2. **¿Qué tipo de emprendimiento surge por la falta de opciones laborales?**
 - a) Emprendimiento innovador
 - b) Emprendimiento tecnológico
 - c) Emprendimiento por necesidad ✓
 - d) Emprendimiento corporativo
3. **¿Cuál de las siguientes NO es una característica del perfil del emprendedor?**
 - a) Tolerancia al riesgo



- b) Creatividad
- c) Resistencia al cambio ✓
- d) Ética
4. El emprendimiento social se enfoca principalmente en:
- a) Aumentar las ganancias de las empresas multinacionales.
- b) Resolver problemas sociales y ambientales. ✓
- c) Producir bienes a bajo costo para la exportación.
- d) Establecer franquicias en zonas urbanas.
5. ¿Qué habilidad permite al emprendedor analizar presupuestos y estados financieros?
- a) Habilidad de comunicación
- b) Habilidad financiera ✓
- c) Habilidad de negociación
- d) Habilidad de liderazgo
6. ¿Cuál de los siguientes modelos pertenece a la economía circular?
- a) Venta masiva de productos sin empaque
- b) Producción acelerada de bienes
- c) Reacondicionamiento y remanufactura ✓
- d) Subcontratación de procesos industriales
7. ¿Cuál de las siguientes es una fuente de ideas para nuevos proyectos?
- a) Imitación sin análisis
- b) Problemas existentes ✓
- c) Suerte o azar
- d) Reducción de personal
8. Una startup se caracteriza principalmente por:
- a) Ser una empresa tradicional con procesos manuales.
- b) Tener bajo potencial de crecimiento.
- c) Basarse en la innovación y el uso de tecnología. ✓
- d) Ser propiedad del Estado.
9. En el contexto turístico, ¿cuál de las siguientes es una opción de emprendimiento sostenible?
- a) Alquiler de vehículos de lujo
- b) Turismo rural y ecoturismo ✓
- c) Restaurantes de comida rápida
- d) Venta de paquetes vacacionales estándar
10. ¿Cuál de las siguientes habilidades permite al emprendedor inspirar y guiar a su equipo?
- a) Técnica
- b) Financiera
- c) Comunicación
- d) Liderazgo ✓

CUESTIONARIO: INNOVACIÓN Y DESIGN THINKING EN TURISMO

Instrucciones: Escoge la opción correcta en cada pregunta.

1. ¿Qué es innovación?
- a) Crear una idea artística original.
- b) Implementar con éxito una idea o invención en el mercado. ✓
- c) Invertir en nuevas empresas tecnológicas.
- d) Desarrollar habilidades técnicas especializadas.



2. Una característica fundamental de la innovación es:

- a) La tradición.
 - b) La novedad. ✓**
 - c) La imitación.
 - d) El bajo costo.
3. ¿Cuál de las siguientes es una innovación de proceso?
- a) Lanzar un producto nuevo al mercado.
 - b) Crear un nuevo logotipo para la empresa.
 - c) Implementar un nuevo método de producción. ✓**
 - d) Organizar eventos culturales.
4. **Elon Musk ha innovado principalmente en:**
- a) Educación y psicología.
 - b) Agricultura y ganadería.
 - c) Industria automotriz y aeroespacial. ✓**
 - d) Moda y diseño.
5. ¿Qué hace único al Icehotel en Suecia?
- a) Ofrece experiencias culturales.
 - b) Se ubica en una zona tropical.
 - c) Está construido completamente de hielo. ✓**
 - d) Es el hotel más antiguo de Europa.
6. ¿Cuál de estas opciones describe una experiencia inmersiva en turismo?
- a) Reservar un hotel en línea.
 - b) Visitar un sitio sin guía.
 - c) Participar en un taller de artesanía local. ✓**
 - d) Comprar souvenirs en un centro comercial.
7. ¿Cuál es la primera etapa del proceso de Design Thinking?
- a) Idear.
 - b) Empatizar. ✓**
 - c) Prototipar.
 - d) Testear.
8. ¿Qué técnica de Design Thinking se usa para generar muchas ideas sin juzgar?
- a) Análisis de causa raíz.
 - b) Mapas de empatía.
 - c) Brainstorming. ✓**
 - d) Pruebas de usabilidad.
9. ¿Cuál es un ejemplo de herramienta para la etapa de prototipado?
- a) Encuestas de usuario.
 - b) Mapas mentales.
 - c) Storyboarding. ✓**
 - d) Observación directa.
10. ¿Cuál es el objetivo principal del Design Thinking?
- a) Optimizar recursos financieros.
 - b) Resolver problemas de forma creativa centrada en el usuario. ✓**
 - c) Elaborar informes técnicos.
 - d) Controlar procesos administrativos.

■ CUESTIONARIO: METODOLOGÍA CANVAS

Instrucciones: Escoge la opción correcta para cada pregunta.

1. ¿Qué es la Metodología Canvas?
- a) Un modelo financiero para grandes empresas.
 - b) Un método de análisis para medir la productividad laboral.



c) Una herramienta visual para diseñar y planificar modelos

de negocio. ✓

d) Una estrategia de inversión en la bolsa de valores.

2. ¿Qué elemento del Canvas se enfoca en describir el valor que el proyecto ofrece al cliente?

a) Segmento de clientes.

b) Relación con los socios.

c) Propuesta de valor. ✓

d) Fuentes de ingreso.

3. ¿Cuál de los siguientes NO es un criterio para definir la propuesta de valor?

a) Reducción de riesgos.

b) Conveniencia.

c) Rentabilidad empresarial.

d) Marca/estatus. ✓ (aunque es parte del texto, se diferencia de los otros porque se enfoca más en percepción que en solución directa de una necesidad)

4. El segmento de clientes se define principalmente mediante:

a) Canales de distribución.

b) Datos demográficos, psicográficos y de comportamiento. ✓

c) Actividades claves.

d) Recursos financieros.

5. ¿Cuál es un canal de distribución directo?

a) Mayoristas y distribuidores.

b) Tienda propia o sitio web. ✓

c) Agencias intermediarias.

d) Ferias y eventos de terceros.

6. El tipo de relación con clientes que se da a través de foros o comunidades virtuales se denomina:

a) Co-creación.

b) Servicios automatizados.

c) Comunidades. ✓

d) Autoservicio.

7. ¿Qué fuente de ingreso corresponde al cobro recurrente por el acceso a un servicio?

a) Cuota de suscripción. ✓

b) Venta de activos.

c) Préstamo o arrendamiento.

d) Comisiones de intermediación.

8. ¿Qué tipo de recurso clave incluye patentes, marcas y bases de datos?

a) Recurso físico.

b) Recurso intelectual. ✓

c) Recurso humano.

d) Recurso financiero.

9. En una sociedad entre amigos, ¿cuál es una buena práctica recomendada?

a) Evitar firmar contratos para no dañar la amistad.



- Méndez, R. (2020). *Formulación y Evaluación de Proyectos, enfoque para emprendedores* (décima edición). Eco Ediciones. Colombia. ISBN: 978-958-771-911-6. **Número de inventario en biblioteca:** ISTT-ADM-0369
- Flor, G. (2020). *Sin fracaso no hay emprendimiento* (primera edición). Editorial Ecuador. Ecuador. ISBN: 978-9942-38-120-0. **Número de inventario en biblioteca:** ISTT-ADM-0178
- Schnarch, A. (2014). *Emprendimiento Exitoso, Como mejorar su proceso y gestión* (primera edición). Ecoe ediciones. Colombia. ISBN: 978-958-771-155-4. **Número de inventario en biblioteca:** ISTT-ADM-0085



ELABORACIÓN, REVISIÓN Y APROBACIÓN DE PARES	
Profesor	
 Administradora Gastronómica. Nelly González	
Fecha de elaboración: 31/10/2025	
Comisión de revisión de pares de guías de estudio del Instituto Superior Tecnológico Tena	
 Lda. Maria Angélica Campoverde Encalada	 Mg. Alvaro Santiago Toalombo Diaz
 Mg. Henry Fabian Chango Chango	 Mg. Duarte Mora Martha Janina
 Abg. Danilo Alexander Zamora Núñez., Mg.	
Fecha de revisión: 28/11/2025	
Coordinador de Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación	
 Abg. Danilo Alexander Zamora Núñez., Mg.	
	
Fecha de aprobación: 09/12/2025	