

FACULTAD DE INGENIERÍA

Carrera de **INGENIERÍA EMPRESARIAL**

“DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIO
BASADO EN ESTRATEGIAS COMERCIALES 4.0
PARA MEJORAR EL PROCESO DE ATENCIÓN
AL CLIENTE EN LA EMPRESA CORPORACIÓN
CIENTÍFICA DE TRUJILLO, 2020”

Tesis para optar al título profesional de:

Ingeniera Empresarial

Autora:

Carla Silva Santisteban Vasquez

Asesor:

Ing. Mg. Elizabeth Kristina Bravo Huivin
<https://orcid.org/0000-0001-6885-0464>

Trujillo - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Juan Miguel Deza Castillo	40057428
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Edward Alberto Vega Gavidia	42702476
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Rocío del Pilar Capuñay Puyen	42836141
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Tabla de contenido

JURADO EVALUADOR.....	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO.....	4
Tabla de contenido.....	5
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURAS	7
RESUMEN	9
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	10
1.1. Realidad problemática.....	10
1.2. Formulación del problema	34
1.3. Objetivos	34
1.4. Hipótesis.....	35
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	36
CAPÍTULO III. RESULTADOS	44
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	63
REFERENCIAS.....	73
ANEXOS.....	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Análisis de fiabilidad para la variable Atención al Cliente	40
Tabla 2. Análisis de fiabilidad para la variable estrategias comerciales	41
Tabla 3. Costos implicados en el Modelo de Negocio	59
Tabla 4. Análisis de ahorro en papel	61
Tabla 5. Motivos en beneficio de la digitalización.....	62
Tabla 6. Matriz de consistencia	86
Tabla 7. Matriz de operacionalización de variables	88
Tabla 8. Matriz de Instrumentos.....	90
Tabla 9. Consolidado de respuestas a los 6 colaboradores	112

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Proceso As Is de Atención al cliente.....	47
Figura 2. Datos relevantes sobre el Ecommerce.	50
Figura 3. Proceso To - Be de atención al cliente.....	54
Figura 4. Proceso Build-measure-learn	57
Figura 5. Proceso Customer Development	58
Figura 6. Diagrama Ishikawa	85
Figura 7. Guía de entrevista para variable atención al cliente.....	92
Figura 8. Cuestionario para variable atención al cliente	93
Figura 9. Guía de entrevista para la variable estrategia comercial 4.0.....	94
Figura 10. Cuestionario para variable estrategia comercial 4.0	95
Figura 11. Guía de observación de atención al cliente	96
Figura 12. Guía de observación de estrategias comerciales 4.0.....	97
Figura 13. Ficha resumen	98
Figura 14. Ficha resumen	99
Figura 15. Ficha resumen	100
Figura 16. Validación del cuestionario de atención al cliente.....	101
Figura 17. Validación de la guía de encuesta de atención al cliente	102
Figura 18. Validación de la guía de observación de atención al cliente.....	103
Figura 19. Validación del cuestionario de estrategias comerciales 4.0.....	104
Figura 20. Validación de la guía de encuesta de las estrategias comerciales 4.0.....	105
Figura 21. Validación de la guía de observación de estrategias comerciales 4.0.....	106
Figura 22. Validación de la ficha resumen de estrategias comerciales 4.0	107

Figura 23. Modelo Canvas.	45
Figura 24. Distribución de frecuencia sobre los canales de uso para el contacto con los clientes.	115
Figura 25. Distribución de frecuencia sobre las herramientas empleadas en la empresa.	116
Figura 26. Fotos de la empresa Corporación Científica S.R.L.	117
Figura 27. Fotos de espacio de la empresa Corporación Científica S.R.L.	117
Figura 28. Precio del sistema de información. Plataforma Sauri.	118

RESUMEN

El presente trabajo tuvo como objetivo principal explicar el proceso de atención al cliente y los factores útiles de las estrategias comerciales 4.0 para proponer el diseño de un modelo de negocio en la empresa Corporación Científica S.R.L. de la ciudad de Trujillo. En primer lugar, se realizó un análisis en relación al proceso de atención al cliente de manera general y el nivel de madurez frente al uso de servicios digitales dentro de la empresa en estudio. Luego de ello, dichos datos se plasmaron en gráficos con el fin de obtener una mejor visión general del estado actual de la empresa. Debido a que se busca mejorar la relación entre empresa – cliente a través del proceso en estudio, considerando la importancia de emplear las estrategias actuales en las cuales se hace uso de tecnologías para mejorar y reducir ciertas actividades con tal de lograr su eficiencia y buscando la continuidad del negocio a largo plazo; se diseña un nuevo modelo de negocio, utilizando el “Modelo Canvas”, en el cual se plantea digitalizar ciertas actividades. Esta es la propuesta de mejora para lograr generar y transmitir valor hacia el cliente y buscar la competitividad frente al mercado existente.

Palabras clave: Modelo de negocio, Estrategias comerciales 4.0, proceso, atención al cliente, competitividad.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales

REFERENCIAS

- Alamar, J., & Guijarro, R. (2018). *El libro de la productividad en la empresa española 2018*. Valencia: Resultae. Obtenido de <https://www.resultae.com/wp-content/uploads/2018/04/resultae-ebook-capitulo-2.pdf>
- American Educational Research Association. (2018). *Estándares para Pruebas Educativas y Psicológicas* (2014 ed.). Washington, EE. UU: American Educational Research. Obtenido de https://www.testingstandards.net/uploads/7/6/6/4/76643089/spanish_standards_pdf.pdf
- Arias, J. (2020). *Técnicas e instrumentos de investigación científica* (Primera edición ed.). Arequipa: Enfoques Consulting Eirl.
- Arias, J., Villasís, M., & Miranda, M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=486755023011>
- Ariza, F., & Ariza, J. (2015). Información y atención al cliente. *McGraw-Hill Interamericana de España S.L.*(1). Obtenido de <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448196813.pdf>
- Asturias Corporación Universitaria. (2020). *Introducción a la Función de Ventas*. Obtenido de https://www.centro-virtual.com/recursos/biblioteca/pdf/direccion_comercial/unidad1_pdf1.pdf
- Blank, S. (2012) *The Four Steps to The Epiphany*.
- Betancourt, D., & Gómez, E. (2021). *Modelo de negocio para la empresa Innovacril S.A.* [Tesis de grado, Universidad EAFIT], Pereira. Obtenido de

https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/30209/DannyAlexander_BetancourtPatarroyo_EstebanAlejandro_GomezRios_2021.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <https://anyflip.com/vede/ohla/basic>

Bueno, G. (2018). *Innovación en modelos de negocio. Una aproximación teórica a las nuevas tendencias*. [Tesis de pregrado, Universidad de La Salle], Bogotá. Obtenido de https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=2533&context=administracion_de_empresas

Burbano, Á. (2017). Importancia de la dirección estratégica para el desarrollo empresarial. *Dom. Cien.*, 3, 19-28. Obtenido de <http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/index>

Burín, D. (2017). *Manual de Facilitadores de Procesos de Innovación Comercial*. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, Buenos Aires. Obtenido de <http://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/3153/BVE17089159e.pdf;jsessionid=E7FDC7328DE5B75E064309DCC6C8555F?sequence=7>

Campos, S., Aguilar, R., Barahona, P., & Diego, D. (2017). *Propuesta de modelo de negocios de servicio corporativo de lavado de vehículos*. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas], Lima. Obtenido de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/623050/Campos_ps.pdf?sequence=5&isAllowed=y

- CAPECE (2021). *Reporte oficial de la industria Ecommerce en Perú*. Obtenido de <https://www.capece.org.pe/wp-content/uploads/2021/03/Observatorio-Ecommerce-Peru-2020-2021.pdf>
- Chávez, S. (2018). El Concepto de Riesgo. *Recursos Naturales y Sociedad*, 4(1), 32-52. Obtenido de https://www.cibnor.gob.mx/revistas-rns/pdfs/vol4num1/03_CONCEPTO.pdf
- Chuquimarca, C., Lincango, J., & Taco, J. (2019). Estudio de la importancia de la ventaja competitiva en las organizaciones. *Revista electrónica TAMBARA*(52), 718-731. Obtenido de http://tambara.org/wp-content/uploads/2019/09/4.importa_ventaj_competit_organizac_FINAL.pdf
- Colegio de Ingenieros del Perú (2018). Código de Ética. https://www.cip.org.pe/publicaciones/reglamentosCNCD2018/codigo_de_etica_del_cip.pdf
- Comex Perú. (2019). *Las micro y pequeñas empresas en el Perú Resultados en 2019*. Perú: Comex Perú. Obtenido de <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reportemype-001.pdf>
- Condezo, J., & Esteban, O. (2018). *Factores de atención al cliente y el Marketing de servicios en el Banco de Crédito Del Perú*. [Tesis de grado, Facultad de Ciencias Empresariales], Pasco. Obtenido de <http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/415/1/TESIS%20%20OSTERLI%20Y%20JHONATAN%20correguido.pdf>

- Décaro, L., Soriano, M., & Ocaña, R. (2017). Los modelos de negocios y las tecnologías de la información y comunicación. *TLATEMOANI*(26), 170-188. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7262239>
- Díaz, S., & Garrote, R. (2019). *Influencia del marketing digital y su nivel de repercusión en las estrategias empresariales de la empresa CursosTech S.A.C dedicada a la venta de cursos online*. [Tesis de grado, Universidad Tecnológica del Perú], Lima. Obtenido de <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/2353>
- Díez, E. (2019). *Análisis de la satisfacción de los clientes con la oferta hotelera de lujo en México*. [Tesis pregrado, Universidad de Cantabria], Repositorio Institucional de la Universidad de Cantabria. Obtenido de <https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/17474/DIEZBUSTO%20cELSA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Duque, E., & Gómez, Y. (2014). Evolución conceptual de los modelos de medición de la percepción de calidad del servicio: Una mirada desde la educación superior. *Suma de Negocios*, 5(12), 180-191. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X14700400>
- Feria, H., González, M., & Mantecón, S. (2020). La Entrevista y la Encuesta: ¿Métodos o Técnicas de Indagación Empírica? *Revista Didasc@lia: D&E*, XI(3), 62-79. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7692391.pdf>
- Fuster, F. (1999). Archivística, Archivo, Documento De Archivo... Necesidad De Clarificar Los Conceptos. *Anales de documentación*, 2, 103-120. Obtenido de <https://revistas.um.es/analesdoc/article/download/2631/2611/12591>

- Gabini, S. (2018). *Potenciales predictores del rendimiento laboral*. Buenos Aires: UAI, Editorial. Obtenido de <https://uai.edu.ar/media/111496/gabini-potenciales-predictores-del-rendimiento-laboral.pdf#page25>
- Galvis, D. (2019). *Plan de mejoramiento al proceso de la venta y asesoría, para entregar el producto digital a satisfacción*. Bogotá: [Tesis de pregrado, Universidad Santo Tomás]. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/jspui/bitstream/11634/15594/1/2019dianagalvis.pdf>
- García, J., Cazallo, A., Barragan, C., Mercado, M., Olarte, L., & Meza, V. (2019). Indicadores de Eficacia y Eficiencia en la gestión de procura de materiales en empresas del sector construcción del Departamento del Atlántico, Colombia. *Revista Espacios*, 40(22), 16. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a19v40n22/a19v40n22p16.pdf>
- García, K. (2017). *Propuesta de Mejora de Atención al Cliente en la empresa Lumen Ingeniería SAC*. [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola], Lima. Obtenido de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3485/1/2017_Garc%C3%ADa-Bustamante.pdf
- García, M., Grilló, A., & Morte, T. (2021). La adaptación de las empresas a la realidad COVID: una revisión sistemática. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 11(21), 55-70. Obtenido de <https://doi.org/10.17163/ret.n21.2021.04>
- Gertler, P. e. (2018). *La evaluación de impacto en la práctica* (Segunda ed.). Washington: Banco Mundial. Obtenido de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La->

evaluaci% C3% B3n-de-impacto-en-la-pr% C3% A1ctica-Segunda-
edici% C3% B3n.pdf

Guartán, A., Torres, K., & Ollague, J. (2019). La evaluación del desempeño laboral desde una perspectiva integral de varios 2 factores. *Digital Publisher*(6), 14-26. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7144062.pdf>

Hernández, H., Barrios, I., & Martínez, D. (2018). Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Criterio Libre*, 16(28), 179-195. Obtenido de <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/download/2130/1621/3243>

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de Mexico: Mcgraw-hill Interamericana editore.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill. Interamericana Editores. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Hoyos, Á. (2017). *Contabilidad de Costos I. Manual Autoformativo*. Huancayo. Obtenido de https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4256/1/DO_FCE_319_MAI_UC0131_2018.pdf

Innova Corfo. (2015). *Modelos de Negocios*. Santiago de Chile. Obtenido de http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/roles-al-interior-de-la-empresa_1563560746.pdf

ISO 15489-1. (2001). *Información y documentación – Gestión de documentos*. Ginebra.

Obtenido de

[https://www.informacionpublicapgr.gob.sv/descargables/sia/normativa-internacional/GEStexto1\(CS\).pdf](https://www.informacionpublicapgr.gob.sv/descargables/sia/normativa-internacional/GEStexto1(CS).pdf)

ISO 9000. (2015). *Sistemas de gestión de la calidad - Fundamentos y vocabulario*. Ginebra:

Secretaría Central de ISO. Obtenido de

<https://saf.uas.edu.mx/pdf/Certificacion/NORMA%20ISO%209000%202015.pdf>

Jaramillo, S., & Hurtado, C. (2021). Las estrategias de marketing y su importancia en las empresas en tiempos de COVID. *Espíritu Emprendedor TES 2021*, 5(1), 45-68. doi:DOI: 10.33970/eetes.v5.n1.2021.234

Lopez, L. (2013). *Teletrabajo, trabajo tradicional: diferencias entre desgaste profesional y entusiasmo laboral*. [Tesis de Maestría, Instituto Tecnológico y de estudios Superiores de Occidente], Tlaquepaque. Obtenido de https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/3220/Modelo%20de%20Teletrabajo_Trabajo%20Tradicional.pdf?sequence=2&isAllowed=y

López, M. (2013). Importancia de la Calidad del Servicio al Cliente. *El Buzón de Pacioli: Revista del departamento de Contaduría y Finanzas*(82), 4-13. Obtenido de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/pacioli-82.pdf>

Maya, D. (2019). *Industria 4.0 en el Sector Financiero: Estado Actual y Retos Futuros*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Colombia], Bogotá. Obtenido de <http://www.bdigital.unal.edu.co/74574/2/1037637948.2019.pdf>

- Ministerio de Producción. (2021). *Las Mipyme en cifras 2020*. Perú. Obtenido de <https://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/en/shortcode/oee-documentos-publicaciones/publicaciones-anuales/item/1008-las-mipyme-en-cifras-2020>
- Ministerio de tecnologías de la información y las comunicaciones. (2019). *Aspectos básicos de la industria 4.0*. República de Colombia. Obtenido de https://colombiatic.mintic.gov.co/679/articles-124767_recurso_1.pdf
- Montero, J., & Cantón, R. (2020). Satisfacción de clientes con el servicio de instituciones educativas del sector privado, ubicadas en la Ciudad de Xalapa-Enríquez, México. *Revista GEON (Gestión, Organizaciones y Negocios)*, 7(2), 1-12. doi:<https://doi.org/10.22579/23463910.216>
- Neill, D., & Cortez, L. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*. Ecuador: Ediciones UTMACH. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14231/1/Cap.3-Niveles%20del%20conocimiento.pdf>
- Organización Internacional para las Migraciones (OIM). (2016). *Indicadores de cumplimiento. Compromisos adquiridos en materia de abordaje integral de la trata de personas*. Obtenido de https://kmhub.iom.int/sites/default/files/indicadores_de_cumplimiento_-_compromisos_adquiridos_en_materia_de_abordaje_integral_de_la_trata_de_personas_.pdf
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio*. Barcelona: Centro Libros PAPP, S. L. U. Obtenido de <https://cecma.com.ar/wp-content/uploads/2019/04/generacion-de-modelos-de-negocio.pdf>

- Perdigón, R., Viltres, H., & Madrigal, I. (2018). Estrategias de comercio electrónico y marketing digital para pequeñas y medianas empresas. *Revista Cubana de Ciencias Informáticas*, 12(3). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2227-18992018000300014
- Perez, V. (2010). *Calidad Total en la Atención Al Cliente. España: Ideaspropias*. Ideas Propias. Obtenido de https://books.google.com.pe/books/about/Calidad_Total_en_la_Atenci%C3%B3n_%20Al_Cliente.html?id=jL5Ftk4jiMMC&redir_esc=y
- Pincay, Y., & Parra, C. (2020). Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador. *Ciencias Económicas y Empresariales*, 6(3), 1118-1142. Obtenido de <http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/index>
- Real Academia Española. (2022). *Dle*. Obtenido de <https://dle.rae.es/efecto>
- Ricart, J. (2009). Modelo de Negocio: El eslabón perdido en la dirección estratégica. *Universia Business*(23), 12-25. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/433/43312282002.pdf>
- Ries, E. (2011). *Lean Startup*.
- Robbins, S., & Judge, T. (2017). *Comportamiento Organizacional (17ª Ed.)*. México: Addison-Wesley.
- Rodríguez, C., Breña, J., & Esenarro, D. (2021). *Las Variables. En la Metodología de la Investigación Científica*. España: 3 Ciencias. Obtenido de <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2021/10/Las-Variables.pdf>

- Rodríguez, N. (2020). Estrategias CRM con soporte tecnológico para la comunicación comercial en Pymes de la Región Piura, Perú. *Delectus - Revista científica, Inicc-Perú*, 3(3), 28-42. Obtenido de <https://revista.inicc-peru.edu.pe/index.php/delectus/article/view/83/104>
- Rubio, R., & Rodriguez, C. (2017). ¿Cómo “respiran cliente” las empresas peruanas? Obtenido de https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/pe/Documents/finance/CEX_Per%C3%BA.pdf
- Saa, D. (2021). *Análisis de la industria 4.0 en Latinoamérica y países desarrollados*. [Tesis de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia], Santiago de Cali, Colombia. Obtenido de https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/33593/1/2021_an%C3%A1lisis_industria_latinoam%C3%A9rica.pdf
- Secretaría de Estrategias Industriales. (2017). *La Digitalización y la Industria 4.0*. Madrid: CCO Industria. Obtenido de <https://industria.ccoo.es/4290fc51a3697f785ba14fce86528e10000060.pdf>
- Spotorno et al. (2008). *Los procesos y los procedimientos administrativos. primera parte*. Argentina. Obtenido de http://rephip.unr.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/2133/7735/Albano_Spotorno,Perez%20Cortes_Los%20procesos%20y%20los%20procedimietos%20administrativos%201%C2%BA%20parte.pdf?sequence=3
- Suárez, T. (2018). Evolución del marketing 1.0 al 4.0. *Revista de Marketing Aplicado*, 01(022), 209-227. doi:<https://doi.org/10.17979/redma.2018.01.022.4943>

- Tantaleán, R. (2015). Tipología de las investigaciones jurídicas. *Revista de Investigación Jurídica*, 10(12), 107-134. Obtenido de <http://revistas.upagu.edu.pe/index.php/AV/article/view/173>
- Tejero, J. (2021). Técnicas de investigación cualitativa en los ámbitos sanitario y sociosanitario. *Colección Estudios*(171), 180. doi:http://doi.org/10.18239/estudios_2021.171.00
- Terán, N., Vásquez, J., & Palomino, G. (2021). Calidad de servicio en las organizaciones de Latinoamérica. *Revista Científica Multidisciplinar*, 5(1), 1184. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i1.320
- Torres, A. (2019). Enfoques de estrategia y modelos de negocio. *Rev. Investigaciones ULCB*, 6(2), 55 – 66. Obtenido de <https://revistas.ulcb.edu.pe/index.php/REVISTAULCB/article/view/157/272>
- Valenzuela, N., & al., e. (2019). La atención al cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios. *Revista GEON Revista GEON (Gestión, Organizaciones y Negocios.)*, 6(2), 18-24. doi:<https://doi.org/10.22579/23463910.159>
- Vargas, I. (2019). *Modelo de Negocios Ecoeficiente para la Industria hotelera en el Perú*. [Tesis de grado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas], Lima. Obtenido de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/626583/Vargas_CV.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Xerox. (2017). Manual para la transformación de papel a digital. Obtenido de https://www.xerox.com/downloads/dl/services/ebook/paper-to-digital-transformation_es.pdf

Zúñiga, E., Marchán, M., & López, J. (2020). Modelo de Negocio Ecommerce en Ecuador.

IAC: Investigación Académica, 1(1), 38-52. Obtenido de

<https://investigacionacademica.com/index.php/revista/article/view/23/36>

Zote, Amit. (2009). Innovación del modelo de negocio: creación de valor en tiempos de

cambio. *Universia Business Review*(23), 108-121. Obtenido de

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43312282008>