



República del Ecuador

Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil - UTEG

Trabajo de Titulación para la obtención del título de:

Licenciado en Administración de empresas.

Tema:

IMPACTO DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA CASO:

VAGÓN DE PIGY

Autor:

Víctor Hugo Mejía Guijarro

Directora de trabajo de titulación:

PhD. Patricia Saltos Zúñiga

Diciembre, 2024

Guayaquil - Ecuador

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por haberme dado la fortaleza, sabiduría y fe necesarias para recorrer este camino académico, gracias por iluminarme en los momentos difíciles y por bendecir cada paso en esta travesía. A mis padres, quienes, con su amor incondicional, sacrificio y apoyo constante, han sido la fuente de inspiración y motivación en cada etapa de mi vida. Su ejemplo de perseverancia y dedicación ha sido mi mayor impulso para alcanzar este logro. A mis amigos y compañeros, quienes me acompañaron durante este proceso universitario, brindándome su apoyo, amistad y colaboración. Sus palabras de aliento y consejos me ayudaron a superar cada obstáculo. A mis profesores, por compartir su conocimiento y por haberme guiado en mi formación profesional con paciencia y sabiduría. Gracias por sus enseñanzas que van más allá de lo académico. A la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, por ser el espacio donde pude desarrollar mis habilidades y crecer tanto personal como profesionalmente. Mi gratitud a esta institución por brindarme las herramientas necesarias para cumplir mis metas.

A todos aquellos que de una u otra manera han formado parte de este viaje, mi más sincero agradecimiento.

DEDICATORIA

A Dios, por ser mi guía y fortaleza a lo largo de este proceso, brindándome el coraje y la sabiduría para alcanzar mis metas. A mi madre, Narcisa Carlota Guijarro, por su amor incondicional, su sacrificio incansable y por ser mi mayor inspiración. Gracias por estar siempre a mi lado y por enseñarme el valor de la perseverancia y la dedicación. A mi padre, Víctor Hugo Mejía, por su apoyo constante, por creer en mí y por darme las herramientas necesarias para enfrentar los retos de la vida. Tu ejemplo ha sido fundamental en mi formación personal y profesional. A Marena Mori, Alejandra y Eduarda Jaramillo por su cariño, respaldo y por ser una fuente de motivación. Agradezco profundamente su apoyo en cada paso de este proceso. A Johnny Solano, por su valiosa amistad, por estar presente en los momentos más importantes y por ser un pilar en mi vida universitaria y personal. Tu ayuda y compañía han sido esenciales en esta travesía. Y finalmente a mi mejor amigo Eddy Triviño que me acompaña en todo momento de mi vida.

DECLARACION DE AUTORIA

Yo, Víctor Hugo Mejía Guijarro, declaro que el presente trabajo de titulación titulado "**IMPACTO DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA CASO: VAGÓN DE PIGY**"

" es de mi autoría. Este documento ha sido desarrollado de manera original y personal, cumpliendo con los lineamientos y normativas establecidos por la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil.



Víctor Hugo Mejía Guijarro

0957962491

IMPACTO DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA CASO: VAGÓN DE PIGGY

IMPACT OF STRATEGIC PLANNING CASE: VAGÓN DE PIGGY

Víctor Hugo Mejía Guijarro

vm2197@hotmail.com

RESUMEN

El presente trabajo de titulación titulado "**Impacto de la planificación estratégica caso: vagón de piggy**", tiene como objetivo conocer si el emprendedor del caso de estudio comprende la importancia de la Planificación estratégica aplicada a su negocio con la perspectiva de rentabilidad en corto, mediano y largo plazo. El estudio aborda cómo la implementación de una estrategia adecuada permite a los emprendedores competir en el mercado, identificar oportunidades y mitigar riesgos. Mediante un enfoque cualitativo y descriptivo, se utilizó como objeto de estudio el emprendimiento **El vagón de piggy**, un negocio dentro del sector restaurantero ubicado en un campus universitario. La investigación reveló que, a pesar de su crecimiento moderado, la falta de una planificación estratégica estructurada ha limitado su expansión. El análisis sugiere que la implementación de una visión, misión y valores corporativos contribuiría significativamente al crecimiento y éxito a largo plazo del emprendimiento. Este estudio concluye que la planificación estratégica es fundamental para cualquier emprendimiento, ya que permite una gestión proactiva y la alineación de las actividades empresariales con los objetivos corporativos.

Palabras Clave: Planificación estratégica, enfoque.

INTRODUCCIÓN

Todo emprendimiento que busca ganar un espacio relevante en el mercado y sostenerse con el tiempo necesita una buena planificación estratégica como herramienta esencial para la puesta en marcha del negocio, crecimiento, éxito y mantenerse en el mercado. Según Orozco (2024) la tasa de empresarios establecidos aumentó significativamente de 14,78% a 23,98% entre 2019 y 2023-2024 sugiriendo una mayor estabilidad y sostenibilidad de los negocios a largo plazo. La planificación estratégica no solo brinda una guía clara para alcanzar las metas trazadas por los negocios, sino que también ayuda a identificar las oportunidades y con ella sus amenazas, de esa manera poder gestionar riesgos y optimizar recursos.

Al desarrollar una visión a largo plazo y establecer objetivos concretos, los emprendedores pueden competir mejor en el mercado local, fomentando la innovación y el crecimiento sostenible.

La planificación estratégica es un conjunto de procesos para materializar una visión compartida, construir objetivos, formular una estrategia de emprendimiento, implantar y ejecutar dicha estrategia, y realizar ajustes para la sostenibilidad del emprendimiento. Sus beneficios incluyen la identificación de problemas a largo plazo, asignación de recursos, alineación, seguimiento y control de actividades, identificación de oportunidades, comprensión de estrategias de competidores, minimización de situaciones no deseadas y promoción de actitudes proactivas. Sin embargo, algunos emprendimientos no realizan planificación estratégica debido a razones como estructuras de compensación inadecuadas, satisfacción con el éxito presente, manejo de crisis, y miedo a lo desconocido. (IEBS, 2024).

Por otra parte, va a garantizar la sostenibilidad de un negocio, es indispensable proyectar posibles indicadores de eficiencia económica y operativa para analizar los resultados de un futuro. Según el artículo (Mercados y Negocios) la rentabilidad se determina en función del riesgo enfrentado por la inversión.

En Ecuador, la mayoría de los emprendimientos carecen de una planificación estratégica que les permitan mantenerse en el mercado local, es por eso que el enfoque que se dará a conocer en esta investigación servirá como guía para un buen uso e implementación de una planificación estratégica efectiva.

Según un informe del Monitor de **Emprendimiento** Global (GEM, por sus siglas en inglés). Según el GEM, Ecuador es el segundo país más **emprendedor** en la región con una Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) del 36,2%. Pero casi el 80% de los emprendimientos fracasan en su etapa inicial, es decir 8 de cada 10. (Ecuador, 2019)

Por otra parte, el estudio “Factores determinantes del fracaso empresarial en la ciudad de Machala, provincia de El Oro (Ecuador) durante el periodo 2019”, publicado en la Revista 593-Digital Publisher, por Lozada-Pinta, Valarezo-Romero, Salcedo-Muñoz, y Sotomayor-Pereira (2019), se describe entre los principales factores que determinaron el cese de las operaciones de un grupo de 161 organizaciones que fueron sujetas a estudio: inconvenientes legales y económicos 20%, la falta de ayuda por parte de instituciones financieras 16% y la competencia y falta de liquidez se vio reflejado en el 13% de la muestra. Estas empresas cuya vida activa fue en el 63% de los casos mayor o igual a 2.5 años, tuvieron como característica destacable que 70% iniciaron actividades con fondos propios. (CLADEA, 2019)

Es por esto que, a través del presente estudio en este estudio surge la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo determinar el impacto de planificación estratégica de manera efectiva en la sostenibilidad un emprendimiento? Esta investigación tiene como objetivo general conocer si el emprendedor del caso de estudio comprende la importancia de la Planificación estratégica aplicada a su negocio con la perspectiva de rentabilidad en corto, mediano y largo plazo, así como sostenibilidad de esta manera, siguiendo objetivos de manera específicas como:

- Conocer la proyección del modelo de negocio el Vagón de Piggy
- Detectar las necesidades, oportunidades, riesgos y problemáticas que se pueden enfrentar los emprendedores al momento de la creación de proyecto.
- Identificar 3 herramientas de la Planificación estratégica para mejorar la rentabilidad de la Pymes Vagón de Piggy.

MARCO TEÓRICO

Antecedentes

Para **(Lopez, 2020)** en su artículo titulado "La creación de valor a través de la planeación estratégica en microempresas emprendedoras" tuvo como objetivo poder identificar el impacto que existe de la planificación estratégica frente la elaboración o creación de valor significativo en las microempresas o emprendimientos en la región de la que se está haciendo a investigación. El autor utilizó un diseño o metodología cuantitativo, explicativo, observacional y transversal, dando como resultado una muestra significativa que existe una relación muy positiva entre la creación de valor en los emprendimientos y en la ejecución de la planeación estratégica, de esa manera ambas influyen para una buena ejecución y ver buenos resultados en los emprendimiento o microempresas.

En otro estudio, Peñafiel (2020) en su trabajo de investigación titulada "La planeación estratégica como herramienta en las empresas" tuvo como objetivo la importancia de la ejecución de la planeación estratégica, no solo en empresas si no, en emprendimientos, de esa manera poder determinar las funciones que cumple la planificación estratégica dentro de las organizaciones y poder utilizar distintos modelos para su ejecución. El autor presentó un diseño de estudio de distintos modelos de planeación estratégica dando como resultados una buena comunicación con los colaboradores, logrando que cada empleado se sienta motivado y brindando esa tranquilidad cumpliendo con las metas trazadas del proyecto.

Finalmente, Apaza (2022) en su trabajo de investigación titulada " La planificación

estratégica y su influencia en la competitividad en el Centro Comercial Bolognesi" tuvo como objetivo hacer conocer la influencia que tiene la planificación estratégica en la competencia, utilizando una metodología cuantitativa, diseño no experimental transversal y explicativo, dando como resultado conocer toda la evidencia que existe a favor de una relación y la importancia que influye la planificación estratégica en la competitividad de los microempresarios, de esa manera agregando un valor organizacional, incluyendo factores internos, externos y las respectivas estrategias con la finalidad de ser más competitivos en el nicho del mercado.

MARCO REFERENCIAL

Análisis SWOT

Para Pursell (2024) El análisis FODA es una herramienta creada para evaluar la situación de una empresa, examinando sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Este análisis es de gran valor para cualquier organización, ya que es esencial en la toma de decisiones tanto presentes como futuras, ya que permite identificar lo que se está haciendo bien y aquello que puede representar un desafío, ya sea en el presente o a futuro.

Modelo CANVAS

Para Chaguay (2019) Este modelo permite analizar los factores internos y externos de su idea empresarial, validándola y estableciendo una base sólida para desarrollar un plan de negocio más robusto y con altas probabilidades de éxito.

Matriz SMART

Finalmente, Martins. J (2024) nos dice que es una forma eficiente de definir metas claras, alcanzables y significativas, ya que abarca todos los elementos esenciales para lograr el éxito.

Rentabilidad

Según (Zamora, 2020) La rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades. Estas utilidades a su vez, son la conclusión de una administración competente, una planeación integral de costos y gastos y en general de la observancia de cualquier medida tendiente a la obtención de utilidades. La rentabilidad también es entendida como una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan los medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener los resultados esperados.

En el Ecuador las empresas ecuatorianas actualmente tienen un rendimiento promedio anual sobre el capital (también conocido como ROE) del 11,93%. Esto significa que cada dólar invertido genera aproximadamente 12 centavos de ganancia. (Hora, 2023)

Planificación estratégica

Para Pacioli (2019) la planificación estratégica es una actividad empleada constantemente por las empresas que quieren identificar y perseguir su visión a través del logro de metas y objetivos. Son herramientas de gestión que brindan orientación a las organizaciones que buscan integrarse en un mundo globalizado que requiere de un marco estratégico para el desarrollo. Por lo tanto, es importante tener en cuenta la situación en la que se encuentra la organización y juntos formular la dirección y filosofía que debe seguir la empresa para lograr los resultados propuestos.

METODOLOGÍA

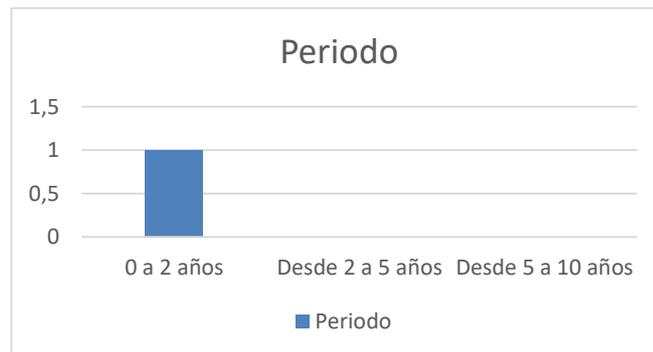
El presente trabajo de investigación titulado "Impacto de la planificación estratégica caso: Vagón de Piggy". Tuvo un diseño metodológico en el que se utilizó el método inductivo, donde coadyuvó a inferir en aspectos particulares de la entidad, una situación que podría contribuir con el estudio de otras entidades de similar o igual actividad. Adicionalmente el alcance de la investigación fue de tipo descriptivo ya que de esa manera se evaluó la situación actual del negocio, identificando de esa manera cuales fueron los principales retos y las áreas que fueron mejoradas. El presente artículo se enmarca en un enfoque cualitativo, mismo que se estudió varias estrategias para una buena planificación en los emprendimientos. Se presentó un diseño no experimental, ya que no se manipulo ninguna variable y se estudió el objeto tal y como está por naturaleza.

El trabajo de investigación se implementó el diseño tipo transaccional o transversal, ya que se realizó la respectiva recolección de datos en un determinado momento. De igual manera se utilizó la técnica de investigación conocida como la entrevista, porque nos brinda un enfoque subjetivo para la recolección de datos.

RESULTADOS

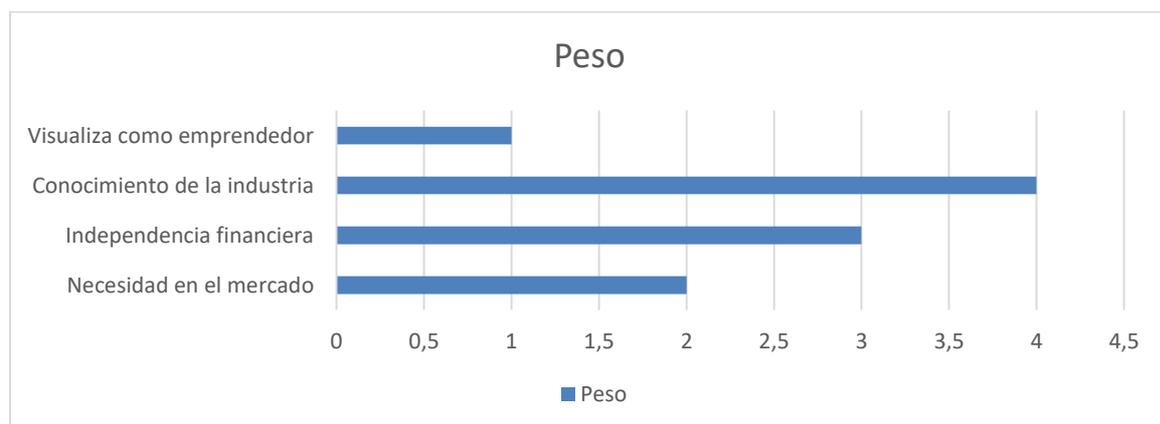
Tal como se mencionó en la parte metodológica, se hizo uso de la técnica de la entrevista para la obtención de datos que ayuden a conseguir los hallazgos, la entrevista fue dirigida al propietario del emprendimiento "El vagón de piggy", el Sr. Rodolfo Rebelo, a continuación, se analizará los resultados de las preguntas de la investigación.

1.- ¿Cuántos años tiene el emprendimiento el Vagón de Piggy?



Resultado: El Vagón de Piggy tiene un año de experiencia, por lo que se categoriza como empresa nueva.

2.- ¿Cuáles fueron las principales motivaciones para introducir al mercado el Vagón de Piggy?



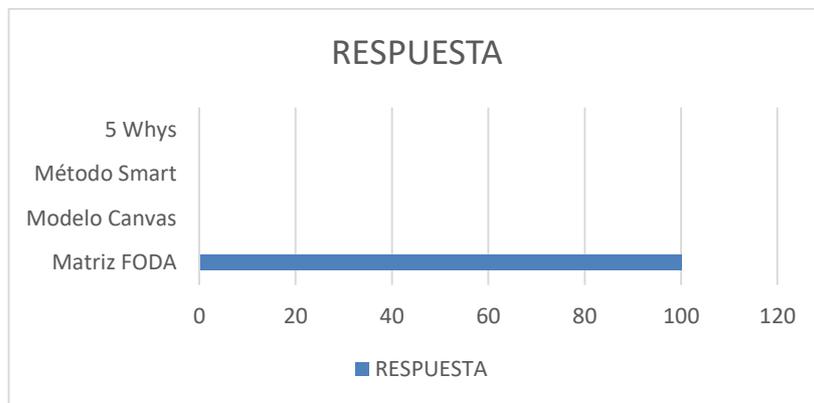
Resultado: Los factores que influyen en la puesta en marcha con el Vagón de Piggy se asocian a motivaciones por conocimientos empíricos y proyección financiera más no por habilidades técnicas en administración y planificación estratégica

3.- ¿Conoce usted que es la planificación estratégica?



Resultado: El entrevistado indica conocer sobre Planificación estratégica

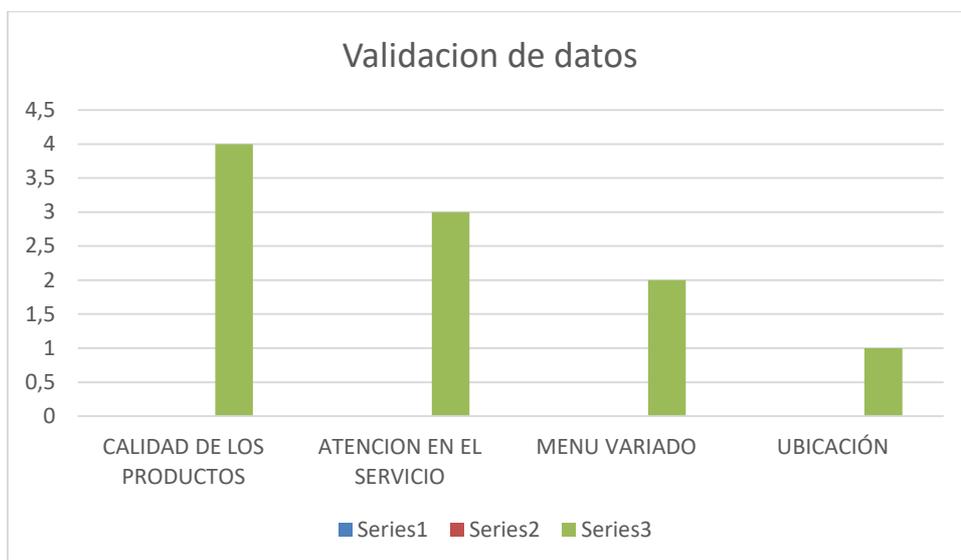
4.- ¿De las siguientes herramientas de Planificación estrategia indique cuales conoce?



5.- ¿Cuáles son para usted las fortalezas que posee su empresa y en qué áreas se encuentra?

Considero que las principales fortalezas son la calidad reflejadas en sus platillos, esto ha hecho que muchos de los clientes nos prefieran por encima de otros comedores que incluso cuentan con más tiempo en el mercado, adicionalmente, creo que la atención y nuestro menú mensual variado nos deja clientes fijos, el reducido tiempo de espera contribuye para esta preferencia para con mi comedor.

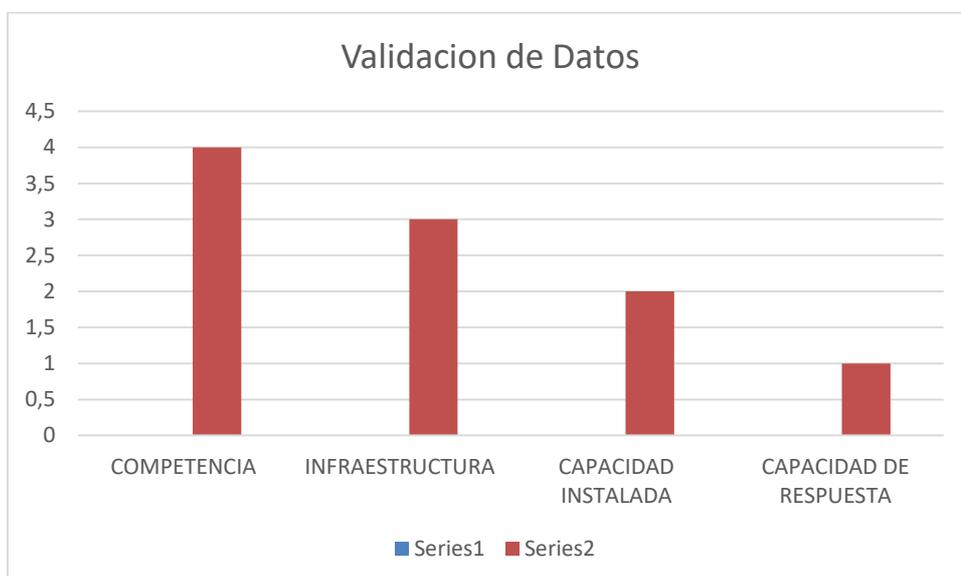
Resultado: se realizó una validación de datos dando los siguientes resultados:



6.- De acuerdo a su criterio, ¿Dónde encuentra debilidades en su empresa y en qué áreas se encuentran?

Considero que, al estar rodeados de emprendimientos más consolidados en el mercado, nos limita como negocio a ganar clientes, mantener la calidad al nivel del mercado competitivo y brindar precios accesibles a los clientes.

Resultado: La validación nos da como respuesta lo siguiente.



En esta respuesta podemos analizar de que el propietario sabe que tiene competencia de otros emprendimientos que se encuentra consolidados, pero no implementa estrategias para poder ser un emprendimiento diferente a los otros que han ganado espacio en el sector de las ventas de comidas.

Se puede analizar que el propietario no sabe cómo implementar estrategias si no sabe cuáles son los beneficios de una planificación estratégica, eso pone al negocio bajo amenazas frente a los demás emprendimientos consolidados en el mercado ubicados a su alrededor.

7.- ¿Usa estrategias? Si es así, ¿Qué estrategias competitivas utiliza para sobre salir de la competencia?



Suelo despachar los platos con más alimentos y trato de aplicar promociones mensuales para atraer a los clientes, siento que de esa manera puedo ganar un espacio en el mercado en el sector restaurantero.

Aquí se puede analizar que el propietario está priorizando la preparación y calidad del platillo y no se enfoca en los retos reales que puede enfrentar un negocio.

8.- ¿Qué áreas de la organización cree que necesita mejorar

Siento que todo marcha bien, hemos mejorado la calidad de los platillos, pero nos mantenemos en el margen para evitar riesgos. Sentimos que de esa manera podemos seguir mejorando en aspecto de calidad, organización y también en la toma de decisiones.

Finalmente, ésta pregunta muestra que el propietario del negocio no cuenta con

conocimientos básicos para llevar al negocio a una mejora continua, tiene temor en tomar riesgos y eso hace que el negocio se complique en la toma de decisiones.

Una vez concluida la entrevista, se puede interpretar que el vagón de piggy es un emprendimiento familiar del sector restaurantero, a pesar de que el negocio tiene solo un año de operación, se lo considera como un proyecto de crecimiento lento, puesto que sus ventas no reflejan el tiempo de competencia en el sector centro sur de la ciudad de Guayaquil.

Se reveló a partir de los resultados obtenidos de la entrevista con el gerente propietario de El vagón de piggy, la empresa actualmente no tiene una misión, visión o valores corporativos. Por lo tanto, estos principios deben desarrollarse para la empresa en estudio. Según González et al. (2019), la planeación estratégica marca el rumbo para impulsar la misión, metas y estrategia de una empresa porque permite la formulación de planes para cada área funcional. Se puede tener la seguridad de que la planeación estratégica puede alinear cada área que la organización quiere seguir y permitir el desarrollo de metas, estrategias y planes que sean apropiados para sus objetivos corporativos.

El emprendimiento el vagón de piggy, muestra una carencia de conocimientos que perjudican de manera silenciosa al crecimiento del negocio y hacer competencia frente a los emprendimientos de su alrededor, al no contar con una buena planificación estratégica limita su potencial y ponen en riesgo su permanencia en el mercado.

Para obtener una buena aplicación de la planificación estratégica en el caso: vagón de piggy, se propone aplicar herramientas que ayuden con el funcionamiento adecuado del negocio, unas de esas herramientas es el análisis FODA ya que ayuda a tener una visión clara de dónde están y hacia dónde quieren llegar, a identificar los recursos y riesgos disponibles y a planificar estrategias efectivas para maximizar las oportunidades y minimizar las amenazas. tres herramientas ya antes mencionadas.

Por otro lado, el modelo CANVAS sería de buena ayuda es muy útil ya que permite visualizar de manera clara y concisa los aspectos clave de su negocio en una sola página, de esa manera ayuda a estructurar una idea de negocio en un simple formato, brindando así segmentación de clientes, una buena propuesta de valor y un beneficio que va a garantizar que el producto o servicio sea relevante para el mercado y de esa manera resuelta una necesidad real a los clientes.

Por último, se implantaría los objetivos SMART como herramienta que ayudara medir y alcanzar las metas en tiempo definido, de esa manera tendrán al negocio, con un enfoque y tomas de decisiones informadas, así va a facilitar la gestión de forma eficiente y el aumento de las probabilidades de éxito.

CONCLUSIONES

Atraves de la entrevista se pudo observar que el emprendimiento tiene un año de actividad en el mercado, dando servicios en el sector restauranero, a pesar de eso, el negocio tiene un crecimiento lento que complica meterse en la competencia de los otros emprendimientos que se mantienen consolidados. También se observó que el negocio tras no contar con una misión, visión establecidos, frenan desafíos que le impiden aprovechar todo su potencial. Tras el análisis se pudo observar que el emprendimiento si cuenta con oportunidades, donde se destaca la buena atención al cliente, precios accesibles y la calidad de sus productos, manteniendo al cliente satisfecho, abriendo así puertas a nuevos clientes.

Con base en el análisis realizado, se ha propuesto el uso de 3 herramientas que va a ayudar con el comportamiento de la empresa determinar su ventaja competitiva. La implementación de estas herramientas como son: análisis FODA, método SMART, modelo CANVAS nos facilitara con la toma de decisiones y tomar acciones, también ayudara a la empresa a determinar métricas y objetivos reales y alcanzables, así como evaluar resultados para la toma y la puesta en marcha del negocio. Finalmente, esta herramienta nos ayudará a encauzar el negocio para que este se mantenga con el tiempo, dando respuesta a los objetivos que plantea la investigación.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Apaza, J. (03 de 01 de 2022). *file:///C:/Users/Junior_moosin/Downloads/Dialnet-LaPlanificacionEstrategicaYSuInfluenciaEnLaCompeti-8617503%20(1).pdf*.
Obtenido de *file:///C:/Users/Junior_moosin/Downloads/Dialnet-LaPlanificacionEstrategicaYSuInfluenciaEnLaCompeti-8617503%20(1).pdf*.
- Arteaga, F., Bravo, T., Cardenas, N., & Sumba, R. (2020). *La planeación estratégica: Importancia en las PYMES ecuatorianas*. FIPCAEC. doi:10.23857/fipcaec. v5i4.299
- Astaiza, C. (2017). *Elaboracion de un plan estrategico para la empresa Frangelo Cafe*. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola.
- Baque Villanueva, L. K., Izquierdo Morán, A. M., & Viteri Intriago, D. A. (2022). Estructura metodológica de plan estratégico para mejorar las ventas en las MIPYMES del cantón Quevedo. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(2), 66–74.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202022000200066&script=sci_arttext
- Baque Villanueva, L. K., Viteri Intriago, D. A., Álvarez Gómez, L. K., & Izquierdo Morán, A. M. (2020). Plan de negocio para emprendimientos de los actores y organizaciones de economía popular y solidaria. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 120–125.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000400120&script=sci_arttext&tlng=pt
- Betancourt, D. (2019, July 27). Planificación estratégica PASO a PASO: casos y ejemplos. *Ingenio Empresa*. <https://www.ingenioempresa.com/planificacion-estrategica/>
- Colombia, U. p. (08 de 2019). *libros acceso*. Obtenido de libros acceso: <https://librosaccesoabierto.uptc.edu.co/index.php/editorial-uptc/catalog/download/48/78/2862?inline=1>
- Condori, H. (2019). *Repositorio*. Obtenido de Repositorio:

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/37022>

Cristancho Triana, G. J., Ninco Hernández, F. A., Cancino Gómez, Y. A., Alfonso Orjuela, L. C., & Ochoa Daza, P. E. (2021). Aspectos clave del plan de negocios para emprender en el contexto colombiano. *Suma de Negocios*, 12(26), 41–51. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2021.v12.n26.a5>

González, J., Salazar, F., Ortiz, R., & Verdugo, D. (2019). Gerencia estratégica: herramienta para la toma de decisiones en las organizaciones. *Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 242-267.

Hora, L. (12 de 2023). *La hora*. Obtenido de La hora: <https://www.lahora.com.ec/pais/cada-dolar-invertido-promedio-negocio-ecuador-12-centavos-retorno/>

IEBS. (09 de 06 de 2022). *IEBS*. Obtenido de IBES: <https://www.iebschool.com/blog/que-es-emprendedor-creacion-empresas/#:~:text=Un%20emprendedor%20es%20alguien%20que,y%20en%20qu%C3%A9%20se%20caracterizan.>

Iebschool.com. Retrieved July 28, 2024, from <https://www.iebschool.com/blog/pasos-estrategia-emprendimiento-emprendedores/>

Iebschool.com. Retrieved July 28, 2024, from <https://www.iebschool.com/blog/pasos-estrategia-emprendimiento-emprendedores/>

Iebschool.com. Retrieved July 28, 2024, from <https://www.iebschool.com/blog/que-es-emprendedor-creacion-empresas/#:~:text=Un%20emprendedor%20es%20alguien%20que,y%20en%20qu%C3%A9%20se%20caracterizan>

Inversión, D. *de las micro, pequeñas y medianas*. Itson.Mx. Retrieved July 28, 2024, from <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/81/pacioli-81.pdf>

- Inversión, D. *de las micro, peqUeñas y medianas*. Itson.Mx. Retrieved July 28, 2024, from <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/81/pacioli-81.pdf>
- Kotler, P. "No vigile el ciclo de vida del producto, vigile el ciclo de vida del mercado." Edu.Co. Retrieved July 28, 2024, from <https://librosaccesoabierto.uptc.edu.co/index.php/editorial-uptc/catalog/download/48/78/2862?inline=1>
- Lahora. Com.Ec. Retrieved July 28, 2024, from <https://www.lahora.com.ec/pais/cada-dolar-invertido-promedio-negocio-ecuador-12-centavos-retorno/>
- López-Lemus, J. A., & De la Garza Carranza, M. T. (2019). La creación de valor a través de la planeación estratégica en microempresas emprendedoras. *Contaduría y administración*, 65(3), 185. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2020.2312>
- Mackay Castro, C. R., Escalante Bourne, T. M., Mackay Véliz, R. A., & Escalante Ramírez, T. A. (2021). Importancia del marketing para el posicionamiento de los emprendimientos en Ecuador. *Revista Publicando*, 8(31), 142–152. <https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2240>
- Mariela Armijo. Cloudfront.net. Retrieved August 2, 2024, from <https://acortar.link/5IPsAu>
- Martins, J. (2024, February 18). *Planificación estratégica para empresas*. Asana. <https://asana.com/es/resources/strategic-planning>
- Mendoza, F., & Miranda, J. (2018). *Análisis, diseño e implementación de un sistema de gestión de ventas para la entidad almacenes Boyaca*. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana.
- Multidisciplinar, R. (02 de 11 de 2021). *Ciencia Latina*. Obtenido de Ciencia Latina: file:///C:/Users/Junior_moosin/Downloads/1129-Texto%20del%20art%C3%ADculo-4276-1-10-20211126.pdf

Multidisciplinar. Retrieved July 28, 2024, from

http://file:///C:/Users/Junior_moosin/Downloads/1129-Texto%20del%20art%C3%ADculo-4276-1-10-20211126.pdf

Ore Quiroz, H., Olórtegui López, E. J., & Ponce Yactayo, D. (2023). Planeamiento estratégico como instrumento de gestión en las empresas: Revisión bibliográfica. *Revista Científica Pakamuros*, 8(4). <https://doi.org/10.37787/zzg09z21>

Orozco, M. (2024, June 11). *El 38% de los ecuatorianos teme al fracaso al comenzar un negocio*. Primicias. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/tasa-emprendimiento-caida-negocios/>

Pacioli, E. b. (12 de 07 de 2019). *Iton*. Obtenido de Iton: <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/81/pacioli-81.pdf>

Peñafiel, J. (25 de 10 de 2020). *file:///C:/Users/Junior_moosin/Downloads/237-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1087-2-10-20201130.pdf*. Obtenido de file:///C:/Users/Junior_moosin/Downloads/237-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1087-2-10-20201130.pdf.

RENTABILIDAD Y VENTAJA COMPARATIVA: UN ANALISIS DE LOS SISTEMAS DE PRODUCCION DE GUAYABA EN EL ESTADO DE MICHOACON
Eumed.net. Retrieved July 28, 2024, from <https://www.eumed.net/libros-gratis/2011c/981/concepto%20de%20rentabilidad.html>

Revista Líderes. (2020). Las empresas perduran si se adaptan con rapidez. *Revista Líderes*, 17. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/empresas-perduran-adaptan-rapidez-lideres.html>

Rivas, A. X. G. (2022, May 5). Planeación estratégica y proyectos de emprendimiento - UTB. *UTB*. <https://www.utb.edu.co/blog/blog-escuela-de-negocios/planeacion-estrategica-y-proyectos-de-emprendimiento/>

- UIDE. Edu.Ec. Retrieved August 2, 2024, from <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/2038/1/T-UIDE-1169.pdf>
- UNESUM. Retrieved August 22, 2024, from http://file:///C:/Users/Junior_moosin/Downloads/237-Texto%20de%20art%C3%ADculo-1087-2-10-20201130.pdf
- Vega, T., Universidad Autónoma de Coahuila, Mexico, Guerrero, L. A., & Universidad Autónoma de Coahuila, Mexico. (2020). Plan de negocios y plan de marketing en las micro, pequeñas y medianas empresas: análisis bibliométrico. *Espacios*, 41(45), 247–260. <https://doi.org/10.48082/espacios-a20v41n45p20>
- Zamora, A. I. (2020). *Eumend* . Obtenido de Eumed: <https://www.eumed.net/libros-gratis/2011c/981/concepto%20de%20rentabilidad.html>
- Pursell (2024) Tableau.com. Recuperado el 13 de diciembre de 2024, de [https://www.tableau.com/es-es/learn/articles/smart-goals-criteria`](https://www.tableau.com/es-es/learn/articles/smart-goals-criteria)
- Chaguay (2019) Recuperado el 13 de diciembre de 2024, de <http://file:///C:/Users/noemi/Downloads/Dialnet-ElModeloDeNegocio-7368617.pdf>
- Martins, J. (2024, febrero 1). *Objetivos SMART: qué son y cómo crearlos con ejemplos y plantilla [2024]* • Asana. <https://asana.com/es/resources/smart-goals>

ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario de la entrevista

- 1. ¿Cuántos años tiene en la empresa el vagón de piggy?**
- 2. ¿Cuáles son para usted las fortalezas que posee su empresa y en qué áreas se encuentra?**
- 3. De acuerdo a su criterio, ¿Dónde encuentra debilidades en su empresa y en qué áreas se encuentran?**
- 4. ¿Qué estrategias competitivas utiliza para sobre salir de la competencia?**
- 5. ¿Cómo se visualiza el crecimiento de la empresa en 5 años?**
- 6. ¿Qué áreas de la organización cree que necesita mejorar?**
- 7. Desde los inicios de su emprendimiento el vagón de piggy, ¿cómo siente que ha sido la evolución?**

Anexo 2. Entrevista realizada a la propietaria del emprendimiento

A continuación, se describe la entrevista realizada.

1. ¿Cuántos años tiene el emprendimiento el vagón de piggy?

El emprendimiento actualmente tiene un poco más de un año desde su creación, sin embargo, siempre he estado ligada al sector restaurantero, por lo tanto, puedo decir que cuento con la experiencia necesaria.

2. ¿Cuáles son para usted las fortalezas que posee su emprendimiento y en qué áreas se encuentra?

Considero que la principal fortaleza es la sazón con la que se preparan los platillos en El vagón de piggy, esto ha hecho que muchos de los clientes nos prefieran por encima de otros comedores que incluso cuentan con más tiempo de atención que nosotros en el centro sur de la ciudad, adicionalmente, creo que la atención y el reducido tiempo de espera contribuye para esta preferencia para con mi comedor.

3. De acuerdo a su criterio, ¿Dónde encuentra debilidades en su empresa y en qué áreas se encuentran?

Por hay una debilidad que considero que por ahora me hace perder mercador es estar ubicada dentro de una zona no concurrida de la ciudad, muchas veces mis ventas solo se limitan a estudiantes, personal que viven o laboran cerca del sector, es decir, pierdo más captación de mercado por estar en un lugar relativamente específico para una población, sin embargo, no puedo quejarme sobre el nivel de ingresos que se ha generado.

4. ¿Usted sabe o comprende lo que es una filosofía corporativa o empresarial?

Para ser sincera, desconozco esa información, si considero que me falta capacitación continua en temas relacionados a la administración de un negocio, sin embargo, aseguro que hago el mayor de los esfuerzos para mantenerlo a flote.

5. ¿Su emprendimiento cuenta con una misión establecida?

No he diseñado una misión para el negocio, me centro únicamente en la preparación de los platillos y en el cobro de los mismos para el pago del alquiler respectivo del local.

6. ¿Su emprendimiento cuenta con una visión establecida?

Tal cual, la misión, no he establecido visión alguna, no considero que sea necesario aquello, doy total prioridad a la producción.

7. ¿Qué objetivos comerciales se ha establecido para su emprendimiento?

Generar más venta y captar más clientes para poder seguir funcionando con el transcurso de los meses y años, ante la situación país actual.

8. ¿Qué estrategias competitivas utiliza para sobre salir de la competencia?

Suelo despachar los platillos con más alimento y trato de aplicar también precios accesibles al bolsillo del personal.

9. ¿Cómo se visualiza el crecimiento de la empresa en 5 años?

Aspiro seguir en el sector, pero con un espacio más grande que el que actualmente dispongo a fin de seguir captando más clientes potenciales.

10. Desde los inicios de su emprendimiento el vagón de piggy, ¿cómo siente que ha sido la evolución?

Considero que está en crecimiento ha sido una labor ardua pero efectiva, hemos podido mantener el local por un año y hemos ganado clientes frecuentes que día a día desayunan y almuerzan en mi comedor.

11. ¿Conoce usted herramientas para la planificación estratégica?

No, solo nos basamos en la experiencia.

12.- ¿Usted tiene conocimiento de planificación estratégica?

No, nosotros solo nos manejamos de manera empírica, no tenemos claro que es una planificación estratégica.