



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

## DIRECCIÓN DE POSGRADO

### MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

#### MODALIDAD: INFORME DE INVESTIGACIÓN

**Título:**

---

Liderazgo estratégico y su influencia en la competitividad de la  
Empresa de Productos Lácteos El Ranchito

---

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Magíster en  
Administración de Empresas

**Autor:**

Viera Espinel Roosevelt Fabián

**Tutora:**

MBA. Jirma Elizabeth Veintimilla Ruiz

**LATACUNGA – ECUADOR**

**2023**

## APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutora del Trabajo de Titulación “**Liderazgo estratégico y su influencia en la competitividad de la Empresa de Productos Lácteos El Ranchito**” presentado por Viera Espinel Roosevelt Fabián, para optar por el Título de Magíster en Administración de Empresas.

### CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y se considera que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación para la valoración por parte del Tribunal de Lectores que se designe y su exposición y defensa pública.

Latacunga, julio, 2023



---

MBA. Jirma Elizabeth Veintimilla Ruíz

C.I. 0502969587

## APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación: **“Liderazgo estratégico y su influencia en la competitividad de la Empresa de Productos Lácteos El Ranchito”**, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, previo a la obtención del título de Magister en Administración de Empresas; el presente trabajo reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la exposición y defensa.

Latacunga, noviembre, 2023



Lic. Angelita Azucena Falconí Tapia. MBA

C.I. 0502037674

Presidenta del tribunal



Mg. Yadira Araceli Herrera Martínez

C.I. 0502904857

Miembro del tribunal



Mg. Mónica Patricia Salazar Tapia

C.I. 0502138191

Miembro del tribunal

## **DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo de investigación a mi familia por brindarme la fortaleza para llegar a cumplir una meta tan importante en mi vida, con mucha felicidad y nostalgia dedico este sueño hecho realidad a mi Madre, quien con sus consejos, apoyo y dedicación me ayudo a cumplir con mis objetivos académicos.

***Fabián***

## **AGRADECIMIENTO**

Inicio agradeciendo a Dios por permitirme tener una experiencia más en mi vida, la cual está llena de conocimientos que me permitirán desempeñar a lo largo de mi vida. Mis sinceras e inmensas gracias a mi Madre, por apoyarme a cumplir una meta de las muchas que vendrán.

Así como no las infinitas gracias a la Universidad Técnica de Cotopaxi, a los Docentes por toda su paciencia en especial a mi tutora de titulación Magister Jirma Elizabeth Veintimilla Ruíz, muchas gracias por los conocimientos brindados.

Al propietario de la Empresa de Productos Lácteos El Ranchito, por el espacio y confianza puestos sobre mí para desarrollar este proyecto, gracias por proporcionarme la información necesaria para llegar a culminar este artículo científico.

*Fabián*

## RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Quien suscribe, declara que asume la autoría de los contenidos y los resultados obtenidos en el presente Trabajo de Titulación.

Latacunga, julio, 2023



---

Ing. Roosevelt Fabián Viera Espinel

C.I. 0502784192

## RENUNCIA DE DERECHOS

Quien suscribe, cede los derechos de autoría intelectual total y/o parcial del presente trabajo de titulación a la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Latacunga, julio, 2023



---

Ing. Roosevelt Fabián Viera Espinel

C.I. 0502784192

## AVAL DEL VEEDOR

Quien suscribe, declara que el presente Trabajo de Titulación: **“Liderazgo estratégico y su influencia en la competitividad de la Empresa de Productos Lácteos El Ranchito”** contiene las correcciones a las observaciones realizadas por los lectores en sesión científica del tribunal.

Latacunga, noviembre, 2023



---

Lic. Angelita Azucena Falconí Tapia. MBA

C.I. 0502037674



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**DIRECCIÓN DE POSGRADOS**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Título:** Liderazgo estratégico y su influencia en la competitividad de la Empresa Productos Lácteos El Ranchito

**Autor:** Viera Espinel Roosevelt Fabián

**Tutor:** MBA. Jirma Elizabeth Veintimilla Ruíz

**RESUMEN**

Este trabajo investigativo se enfocó en establecer la correlación existente entre el liderazgo estratégico y su influencia en la competitividad para la Empresa de Productos Lácteos El Ranchito, considerando a la población de estudio por muestreo censal a los 35 empleados y trabajadores que laboran en la entidad y utilizando para ello la técnica del constructo determinístico que fue estructurado por 30 preguntas generadas a través de un clasificador de orden de datos para establecer el grado de diferenciación entre las variables analizadas. Se aplicó y procesó la información en Excel y SPSS 27, ya que con la aplicación de esos dos softwares se pudo cuantificar el nivel de confianza de las variables mediante juicio de expertos y cuya validez de contenido fue desarrollado a través de la Técnica V de AIKEN y corroborada con ALFA de CRONBACH; además, basándose en la prueba RHO de SPEARMAN se logró determinar la relacionalidad existente entre las dos variables involucradas en este estudio; finalmente, al inferir los resultados obtenidos se pudo concluir la no existencia relacional entre el liderazgo estratégico y la competitividad en la Empresa de Productos Lácteos El Ranchito, ya que con una correlación positiva muy fuerte habría la relación incremental entre el liderazgo estratégico y cuyo efecto sería directamente proporcional y relacionada con la competitividad, aceptando de esa manera la hipótesis planteada en esta investigación.

**PALABRAS CLAVE:** Liderazgo estratégico; influencia; competitividad; compañía.

**TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI  
GRADUATE SCHOOL**

**MASTER'S DEGREE IN BUSINESS ADMINISTRATION**

**Title:** Strategic leadership and its influence on the competitiveness of the "El Ranchito Dairy Products Company."

**Author:** Viera Espinel Roosevelt Fabián

**Tutor:** MBA. Jirma Elizabeth Veintimilla Ruíz

**ABSTRACT**

This research work focused on establishing the correlation between strategic leadership and its influence on competitiveness for the El Ranchito Dairy Products Company. The study population by census sampling was 35 employees and workers. The research used the deterministic construct technique with 30 questions generated through a data order classifier to establish the degree of differentiation between the analyzed variables. The information was applied and processed in Excel and SPSS 27 where we quantified the level of confidence of the variables through expert judgment, the validity of the content was developed through AIKEN's Technique V and corroborated with CRONBACH's ALFA; Furthermore, based on SPEARMAN's RHO test, we determined the relationship between the two variables involved in this study; Finally, by inferring the results obtained, it was possible to conclude the relational non-existence between strategic leadership and competitiveness in the El Ranchito Dairy Products Company, as a result, the hypothesis put out in this study is accepted, as there would be an incremental relationship between strategic leadership and competitiveness with a very significant positive correlation.

**KEYWORDS:** Strategic leadership; influence; competitiveness; company.

Yo, Tania Elizabeth Alvear Jiménez con cédula de identidad número: 0503231763 MAGÍSTER EN LINGÜÍSTICA APLICADA A LA ENSEÑANZA DEL INGLÉS COMO LENGUA EXTRANJERA con número de registro de la SENESCYT: 1020-2021-2354185.; CERTIFICO haber revisado y aprobado la traducción al idioma inglés del resumen del trabajo de investigación con el título "Liderazgo estratégico y su influencia en la competitividad de la Empresa Productos Lácteos El Ranchito" de Viera Espinel Roosevelt Fabián , aspirante a Magister en Administración de Empresas.



Tania Elizabeth Alvear Jiménez  
ID. 0503231763

## Índice de contenidos

Información general .....	1
Introducción .....	1
OBJETIVOS .....	4
Objetivo General .....	4
Objetivos Específicos .....	4
MATERIALES Y MÉTODOS .....	5
Población y muestra .....	7
Técnicas e instrumentos: .....	7
Validación del Instrumento: .....	8
Operacionalización de las variables .....	9
Análisis estadístico .....	11
Prueba de contrastación de hipótesis .....	12
RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	13
CONCLUSIONES .....	24
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	25
ANEXOS .....	28

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1.</b> Matriz de operacionalización de variables .....	10
<b>Tabla 2.</b> Rho de Spearman análisis de la operacionalización de las variables.....	11
<b>Tabla 3.</b> Grado de relación según coeficiente de correlación .....	12
<b>Tabla 4.</b> Variable liderazgo estratégico.....	13
<b>Tabla 5.</b> Variable ventaja competitiva.....	14
<b>Tabla 6.</b> Dimensión determinación del curso estratégico .....	15
<b>Tabla 7.</b> Dimensión desarrollo de competencias.....	16
<b>Tabla 8.</b> Dimensión controles estratégico .....	17
<b>Tabla 9.</b> Dimensión administración de recursos .....	18
<b>Tabla 10.</b> Dimensión competencias valiosas.....	19
<b>Tabla 11.</b> Dimensión competencias singulares .....	20
<b>Tabla 12.</b> Dimensión costos de imitación .....	21
<b>Tabla 13.</b> Dimensión capacidades insustituibles.....	22
<b>Tabla 14.</b> Prueba de normalidad.....	23
<b>Tabla 15.</b> Prueba de hipótesis.....	23

## Índice de Figuras

<b>Figura 1.</b> Variable liderazgo estratégico .....	13
<b>Figura 2.</b> Variable ventaja competitiva .....	14
<b>Figura 3.</b> Dimensión determinación del curso estratégico .....	15
<b>Figura 4.</b> Dimensión desarrollo de competencias .....	16
<b>Figura 5.</b> Dimensión controles estratégicos .....	17
<b>Figura 6.</b> Dimensión administración de recursos .....	18
<b>Figura 7.</b> Dimensión competencias valiosas .....	19
<b>Figura 8.</b> Dimensión competencias singulares.....	20
<b>Figura 9.</b> Dimensión costos de imitación.....	21
<b>Figura 10.</b> Dimensión capacidades insustituibles .....	22

## **Información general**

**Título del Trabajo de Titulación:** Liderazgo estratégico y su influencia en la competitividad de la empresa Productos Lácteos El Ranchito.

**Línea de investigación:** Administración y economía para el desarrollo sostenible de las organizaciones.

**Proyecto de investigación generativo asociado:** Sostenibilidad y competitividad

**Proyecto de investigación formativo asociado:** Innovación para las Organizaciones

**Grupo de Investigación:** Desarrollo socioeconómico

## **Introducción**

La dinámica cambiante en aspectos políticos, sociales y económicos que han ocurrido en los últimos tiempos se han generado debido al apareamiento de nuevas estructuras laborales como respuesta al actual entorno competitivo.

Las desafiantes presiones a las que se ven avocadas las empresas de acuerdo con Pearce y Barkus (2018) son “consecuencia tanto de los cambios en la naturaleza de la mano de obra como los cambios de los deseos y expectativas de los trabajadores”. Pero Levy-Levoyer (2018), plantean esta situación “al conocimiento individual de los profesionales calificados que no es suficiente para lograr los objetivos organizacionales, requiriendo también del conocimiento fundamentado en el equipo”.

“La razón es que cada vez se torna más complejo que alguien posea todos los conocimientos, habilidades y destrezas requeridos para desempeñar un puesto de trabajo, de ahí que radica la importancia del trabajo en equipo” (Whetten y Cameron, 2019). Por lo que, para Cardona y Chinchilla (2018), “este cambio del individualismo al trabajo cooperativo induce en la búsqueda de mejores formas para adaptarse al nuevo entorno laboral y optimar la competitividad.” (Cardona & Chinchilla, 2018)

Por lo tanto, “el estilo de liderazgo estratégico es un factor clave en el ambiente de trabajo e influye en el comportamiento, salud organizacional y cómo los clientes

internos ven su labor con miras a mejorar la competitividad” (Chemers, 2020); y, además, “puede aportar a la estructura empresarial, a los procesos laborales, competitividad y efectividad de los equipos de trabajo y su know-how” (Montoya & Boyero, 2018)

Es así que, “el liderazgo estratégico despliega y efectúa estrategias de implementación instantánea, procurando hacerlas pertinentes en un umbral de tiempo prolongado, coadyuvando con ello a la permanencia, desarrollo y viabilidad de la organización” (Rowe, 2021)

En este mundo globalizado, la competencia entre las empresas es más dinámica y complicada; por lo tanto, es preciso que se enfoquen en crear competitividad para distinguirse de la competencia debido a la turbulenta competitividad empresarial, mediante acciones de liderazgo estratégico efectivo.

Bajo esta perspectiva, Borda (2022) establece que

El liderazgo empresarial es el perfil menos desarrollado, ya que las empresas a nivel mundial generalmente se quedan en un nivel básico y operativo, debido a la carencia de una figura relevante que se proyecte como líder-estratega, y que asuma el reto de enfrentar los constantes desafíos, competencias directivas y pueda guiar a sus subordinados mediante una perspectiva estratégica prospectiva, impulsando a la empresa a ser competitiva, próspera y que promueva su crecimiento.

Martínez et al (2019), basado en una investigación efectuada en 130 países donde entrevistaron a 7,000 líderes globales, encontró lo siguiente

Las organizaciones que poseen un alto desempeño y competitividad invierten entre 1.5 y 2 veces más en formar a sus líderes, con resultados del triple o cuádruple veces mayores que sus competidores, mejorando así su nivel y obteniendo mayor competitividad sólida y sostenible.

Bajo esta consideración, “el gerente está identificado con su autoconocimiento, es consciente de sus debilidades, se integra apropiadamente al equipo de trabajo, maneja eficientemente el coaching, motiva, influencia, persuade y trata apropiadamente su inteligencia emocional”. (Morillo, 2018)

Esta definición, expone factores que influyen en el estilo de liderazgo y su ocurrencia, así como la importancia para el desarrollo empresarial; puesto que, el líder debe ser directo y cercano a sus colaboradores y a la vez debe generar mayor incidencia; por lo tanto, conforme el estilo que este asuma, conseguirá los objetivos organizacionales propuestos.

De acuerdo con esta perspectiva, a decir de Chávez (2019), el liderazgo del empresario ecuatoriano, “está estructurado de acuerdo a patrones de conducta instituido por motivaciones intrínsecas y habilidades adquiridas”.

Un estudio desarrollado por Zamora (2021) y que se fundamenta en los modelos de comportamiento organizacional, establece que

El estilo de liderazgo participativo es considerado como el más relevante con el 39,53%, seguido con el 27,13%; por el estilo de liderazgo de apoyo, en tercer lugar, con el 22,48% le corresponde al estilo de liderazgo autocrático; y, finalmente con el 10,85% confluye el estilo de liderazgo paternalista. Lo cual establece que la dirección empresarial confluye en generar una percepción de camaradería o asociatividad para con los subordinados, lo cual motiva la participación activa al momento de establecer las decisiones que serán trascendentales para la empresa, generando así involucramiento y pertinencia en los colaboradores con el fin de alcanzar los objetivos empresariales propuestos.

En la actualidad, y considerando el estudio realizado por (Suárez, 2022)

Los procesos administrativos que mantienen las empresas del cantón Latacunga, son planificado de manera negativa para la mejora continua y en función de estos procesos, ya que no ejercen liderazgo estratégico para mejorar los niveles de competitividad, no identifican estrategias de impacto inmediato y conservación de metas a largo plazo para mejorar su crecimiento y viabilidad.

Bajo este hilo conductor, y fundamentado en una primera introspección efectuada, se pudo establecer que en la Empresa de Productos Lácteos El Ranchito, las actividades administrativas son efectuadas de forma empírica y manejada por



miembros del núcleo familiar, dichas actividades no van acorde a las necesidades y cambios del entorno competitivo actual. Por lo tanto, su competitividad ha disminuido, reduciendo así la rentabilidad de la empresa.

Se evidenció alta rotación del personal, ocasionando ineficiencia en la realización de sus labores, no desarrollan capacidades, conocimientos y motivación; raras veces hay capacitaciones. No existen charlas motivacionales con miras a una eficiente ejecución de sus funciones. La empresa cuenta con un plan estratégico empírico. Es decir, sus objetivos y estrategias no responden a la realidad, crecimiento y mejora de la competitividad actual.

Además, la empresa tiene una estructura funcional jerárquica, en la cual su máxima autoridad es la junta de accionistas, representada por el Presidente, que a la vez es asistido por un Gerente General, en la primera línea de mando se encuentran los gerentes departamentales, y estos a su vez tienen apoyo de los mandos medios y niveles operativos, habiendo una carencia de pertinencia fundamentada en la fraternidad y bienestar debido al egoísmo, indiferencia y apatía para hacer las cosas.

Finalmente, se establecieron los resultados y discusión con relación a las hipótesis esbozadas:

H<sub>0</sub>: No hay correspondencia entre el liderazgo estratégico y competitividad en la Empresa de Productos Lácteos El Ranchito.

H<sub>1</sub>: Hay correspondencia entre el liderazgo estratégico y la competitividad en la Empresa de Productos Lácteos El Ranchito.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Establecer el nivel de correlación existente entre el liderazgo estratégico y la competitividad en la Empresa Productos Lácteos El Ranchito.

### **Objetivos Específicos**

- Conceptualizar las definiciones de liderazgo estratégico y competitividad que se adapten a la investigación.

- Investigar los procesos requeridos y falencias en la Empresa de Productos Lácteos El Ranchito para el desarrollo de la investigación.
- Relacionar el nivel del liderazgo estratégico con las dimensiones de competitividad en la Empresa de Productos Lácteos El Ranchito.

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

Inicialmente, se estableció una primera introspección de la metodología de investigación a utilizar que, a decir de Romero et al (2021) es “una serie de métodos para resolver problemas cuyas soluciones necesitan ser obtenidas a través de varias operaciones lógicas, tomando como punto de partida datos objetivos”.

Al ser el componente epistémico un constante impulso para hallar el conocimiento, cada nuevo descubrimiento debe estar fundamentado en corrientes existentes del pensamiento y tomar un posicionamiento en relación a este conocimiento. Es así que, Bernal (2018) determina que

Todo conocimiento debe estar fundamentado dentro de una indagación previa; es decir, ubicar el componente epistémico e intrínseco dentro del contexto mismo de una teoría, enfoque o escuela. Considerando imprescindible el papel del investigador, quien requiere abordar de manera explícita y específica los conceptos necesarios que va a utilizar en una investigación.

**La metodología:** Hace referencia al establecimiento del problema de investigación, formulación de hipótesis y objetivos, establecimiento del tamaño muestral, recolección de datos mediante un constructo determinístico y su procesamiento estadístico, análisis de resultados e interpretación de los hallazgos. Es preciso en esta parte establecer como elemento esencial el apego a la deontología investigativa ya que como establece (López, 2020)

La labor del investigador, al estar involucrada en una dinámica que apunta a la indagación y relación del componente conceptual emparejado a la realidad misma del objeto de estudio, es preciso que esta sea incontrastable en todos y cada una de sus elementos, y al ser una actividad encaminada a

la búsqueda del conocimiento, obliga a mantener la veracidad investigativa de sus fases. Este requerimiento deontológico se fundamenta en el desarrollo ético de la generación de ciencia, obligando al investigador a que se ajuste a su fundamento, acción e imparcialidad.

**Modalidad o enfoque de la investigación:** La presente investigación se desarrolló con un enfoque cuantitativo, ya que el método experimental usado ayudó a adquirir conocimientos fundamentales y en la elección del modelo más adecuado para conocer la realidad de una manera más imparcial, debido a la recolección y análisis de datos se dio a través de conceptos emparejado a variables medibles.

De manera estructurada se pudo derivar a través de dos vertientes; por un lado, la recopilación de información y por otro lado el análisis de los datos obtenidos, lo que involucró la utilización del Excel y SPSS para poder obtener los resultados requeridos. Fue concluyente en su propósito por cuantificar y generalizar el problema para proyectarlo a una población mayor.

**Modalidad de campo:** Se aplicó esta modalidad, debido a que se contó con información primaria relacionada directamente con la realidad; además, proporcionó conocimientos sobre el problema latente en Empresa de Productos Lácteos El Ranchito.

**Investigación bibliográfica:** Fue realizada con el soporte de fuentes de carácter documental. Como subtipos de esta investigación se apoyó en la investigación bibliográfica, hemerográfica y archivística; la primera basada en la revisión de libros, la segunda en artículos científicos y la tercera en documentos encontrados en la cartoteca de la empresa.

Dado esto, en la presente investigación se aplicó un constructo determinístico basado en un cuestionario que adoptó una serie de preguntas formuladas con un orden predefinido, mismas que en conjunto establecieron la relación existente entre el nivel de liderazgo estratégico y su influencia en la competitividad de la empresa, objeto de estudio.

**Tipo de investigación:** Para el desarrollo de la investigación se aplicaron los siguientes tipos de investigación:

**Investigación exploratoria:** Fue utilizada en el presente tema con el propósito de determinar, con la mayor confiabilidad posible, relaciones de causa- efecto entre el liderazgo y la competitividad. Por lo que, su utilización ayudó a enfatizar las características primordiales del liderazgo estratégico y competitividad generando una dinámica que coadyuve en concebir una solución al problema planteado y que se ofrezca como una herramienta investigativa inicial para próximas indagaciones sobre esta temática.

**Investigación descriptiva:** Fue de utilidad para puntualizar todos los factores esenciales y principales inmersos en la investigación ya que se fundamentó en el método de análisis debido al ordenamiento, agrupación y sistematización de los factores inmersos en el estudio, logrando así caracterizar el estudio como es el liderazgo, frente a la competitividad en la Empresa de Productos Lácteos El Ranchito.

### **Población y muestra**

**Población:** Fue finita y censal, ya que se conocía el total de individuos estudiados, conformado por 35 colaboradores de la Empresa de Productos Lácteos El Ranchito.

**Muestra:** “Estuvo compuesta por la totalidad de la población, considerando a esta como el grupo de referencia a ser estudiado” (Icart, Fuentelsaz, & Pulpón, 2016).

### **Técnicas e instrumentos:**

**Encuesta:** Como técnica muy difundida dentro del proceso investigativo fue utilizada, debido a que coadyuvó en la obtención de información que pudo ser procesada y sistematizada. “Es una técnica que ayuda a obtener información relativa de la muestra”. (García, 2017)

“El constructo determinístico es una herramienta que a través de un cuestionario estructurado genera derivaciones hacia los sujetos a investigar y que sirvió de soporte para probar la hipótesis” (Rodríguez & Gil, 2018)

Se realizó una encuesta, aplicada mediante un constructo de 30 preguntas, generadas por un clasificador de orden de datos para establecer el grado de diferenciación en las dos variables de estudio y, a la vez establecer con ello

paralelismos para entre las variables.

### **Variable y operacionalización**

Las variables de estudio fueron: X1: Liderazgo estratégico y X2: Competitividad.

### **Definición conceptual**

Variable X1: Liderazgo estratégico según, Luna (2021), “son acciones determinables al liderazgo estratégico que contribuyen al uso de estrategias de la organización, las cuales interactúan entre sí” (p. 248) (Ferraz, Kupfer, & Hagenauer, 2016).

Variable X2: Competitividad que, según Ferraz, Kupfer & Hagenauer (2016), “es la cualidad que posee una empresa para establecer y efectuar estrategias competitivas que ayuden en el mantenimiento e incremento sostenible de su target de mercado”.

El constructo determinístico fue una encuesta aplicada a los empleados y trabajadores de la Empresa de Productos Lácteos El Ranchito, el levantamiento de la información se desarrolló de manera personal al interior de las instalaciones de la empresa y su temporalidad se estableció en el período comprendido entre la segunda semana de mayo y la primera de junio de 2023.

### **Validación del Instrumento:**

“La calidad de un instrumento depende de sus características psicométricas, las cuales se conocen mediante su fiabilidad y validez” González (2018), que “aunado con el establecimiento de su consistencia interna, pertinencia y claridad de los ítems, forma la estructura latente del cuestionario” (Hidalgo, 2018).

Para la validación del constructo utilizado, se desarrollaron dos abordajes de validación. De acuerdo a la prognosis dada por Chán, Goded, y Sacaluga (2018), “el primero, se genera con la aplicación del método de expertos que valida contenidos epistémicos contrastado con un estudio piloto que permite evaluar la validez estadística del instrumento”. (Chán, Goded, & Sacaluga, 2018)

El análisis de concordancia entre expertos para determinar la validez de contenido fue realizado mediante la técnica V (Aiken, 1985), la cual “cuantifica el acuerdo

existente entre expertos considerando como indicador el promedio de apreciaciones ( $X$ ), la evaluación mínima posible ( $l$ ) y el parámetro de calificaciones potenciales ( $k = \text{máx} - \text{mín}$ )”.

El parámetro en el que el indicador  $V$  puede fluctuar está entre cero y uno, considerando que al cuantificarse como más cercano a uno es mejor el acuerdo inferencial del criterio de los expertos, y la eficacia del contenido del constructo es mayor. Pero, como cualquier medida de dispersión, el indicador  $V$  estará sesgado debido a influencias de error por tipo muestral, por lo que se hace imprescindible determinar la brecha en la que pueda oscilar las posibles métricas que obtendría el indicador.

El constructo determinístico inicialmente fue una encuesta aplicada a los empleados y trabajadores de la Empresa de Productos Lácteos El Ranchito, el levantamiento de la información se desarrolló de manera personal al interior de las instalaciones de la empresa y su temporalidad yació entre la segunda semana de mayo y la primera semana de junio de 2023.

Así también, fue validado por tres expertos en el área académica y de evaluación, que además cuentan con experiencia en la realización de valoraciones, con formación académica de maestría mismos que son docentes de la Universidad Técnica de Cotopaxi, dando un nivel de validez para el liderazgo estratégico del 0,866% y para la competitividad del 0,87%; de igual manera, la prueba piloto pasó un análisis de confianza a través de la aplicación de Alfa de Cronbach del 0,894%, concatenando estos dos abordajes para establecer una confiabilidad promedio del 0,882% del instrumento.

### **Operacionalización de las variables**

En el proceso investigativo, al desarrollar el planteamiento del problema, se pudo identificar dos variables, mismas que fueron abordadas y analizadas en sus componentes epistémicos para inferir su composición conceptual, y que se advierte están en consonancia con la hipótesis científica esgrimida y los objetivos establecidos para la investigación.

Por lo que, es en esta parte donde resultó necesario desglosar y relacionar las

variables y dimensiones que fueron analizadas, y a la vez se pudo advertir que estas variables fueron susceptibles a ser cuantificadas y a la vez que se pueda observar la obtención de una medición real del liderazgo estratégico y la competitividad empresarial, que fue el fenómeno que se investigó.

**Tabla 1.** *Matriz de operacionalización de variables*

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS		INSTRUMENTO	ESCALA	
			POSICION EN INSTRUMENTO	Nº			
X1 Liderazgo estratégico	Determinación del curso estratégico	Misión	1	1	CUESTIONARIO TIPO LIKERT	ORDINAL	
		Desarrollo de competencias	Visión	2			1
			Objetivos	3,4			2
			Estrategias	5			1
			Foda	6			1
	Controles estratégicos	Capacidades	7	1			
		Habilidades	8	1			
		Finanzas	9	1			
		Clientes	10	1			
		Procesos	11	1			
	Administración de recursos	Crecimiento	12	1			
		Físicos	13	1			
		Tecnológicos	14	1			
		Humano	15	1			
		X2 Competitividad	Capacidades valiosas	Fortalezas			16,17
Amenazas	18,19			2			
Capacidades singulares	Diferenciación		21,21	2			
	Atención al cliente		22	1			
Capacidades costosas de imitar	Posicionamiento		13,24,25	3			
	Recursos humanos		26,27	2			
Capacidades insustituibles	Sustitutos		28,29,30	3			

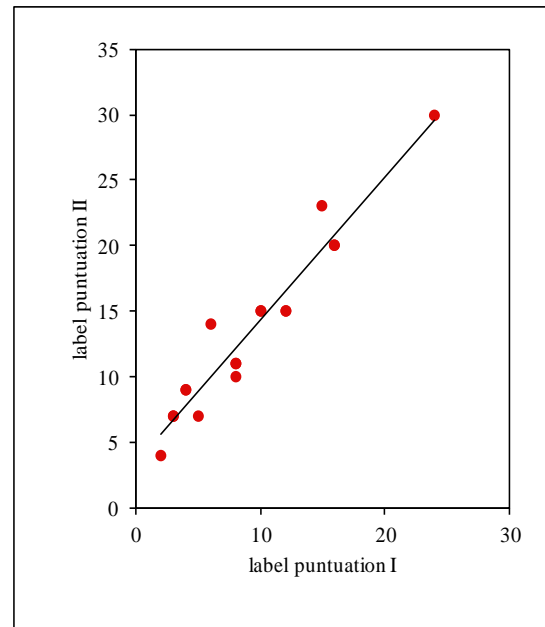
## Análisis estadístico

**Tabla 2.** Rho de Spearman análisis de la operacionalización de las variables

Variable	labels (options) ↓	↓ label puntuation I ↓	↓ label puntuation II ↓
Determinación del curso estratégico	Bajo	6	14
	Medio	15	23
	Alto	24	30
Desarrollo de competencias	Bajo	2	4
	Medio	5	7
	Alto	8	10
Controles estratégicos	Bajo	4	9
	Medio	10	15
	Alto	16	20
Administración de recursos	Bajo	3	7
	Medio	8	11
	Alto	12	15
Capacidades valiosas	Bajo	4	9
	Medio	10	15
	Alto	16	20
Capacidades singulares	Bajo	3	7
	Medio	8	11
	Alto	12	15
Capacidades costosas de imitar	Bajo	5	11
	Medio	12	18
	Alto	19	25
Capacidades insustituibles	Bajo	3	7
	Medio	8	11
	Alto	12	15

**Spearman's rho:** 0,965  
**degrees of freedom:** 22  
**P-value:** 2,54E-14

3	0,8	0,9	1	1	1,01	1,01
4	0,66	0,83	0,89	0,94	1	1,01
5	0,57	0,71	0,79	0,89	0,93	1
6	0,52	0,64	0,74	0,83	0,88	0,95
7	0,48	0,6	0,7	0,78	0,83	0,92
8	0,46	0,56	0,65	0,75	0,79	0,88





### Prueba de contrastación de hipótesis

Para contrastar la hipótesis general, fue preciso utilizar el coeficiente de Spearman; que a decir de Santander y Ruiz (2019), “es un indicador que procura relacionar linealmente la correlación entre variables y se basa en parámetros que pueden ser comparados y concatenados conforme los teóricamente preestablecidos para el efecto”. (Santander & Ruiz, 2019) (Martínez, Tuya, Martínez, Pérez, & Cánovas, 2019)

El beneficio de utilizar el coeficiente de Rho de Spearman y tomando en consideración lo indicado por Martínez et al (2019) es que “contribuye con la generación de un valor que, al ser cuantificable debido al relacionamiento generado por las variables analizadas, se lo puede considerar como un parámetro inicial en la estimación de las predicciones” y a la vez, sirvió para establecer la relación entre el liderazgo estratégico y la competitividad.

**Tabla 3.** *Grado de relación según coeficiente de correlación*

<b>Rango</b>	<b>Relación</b>
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0,00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.75 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Al ser  $\rho$  de Spearman un indicador de correlación que mide, ordena y compara la linealidad de los parámetros de las variables, es de utilidad únicamente cuando el número de pares sujetos ( $n$ ) que se desea asociar es pequeño (menor de 30). Aparte de permitir conocer el grado de asociación entre variables, con la  $\rho$  de Spearman

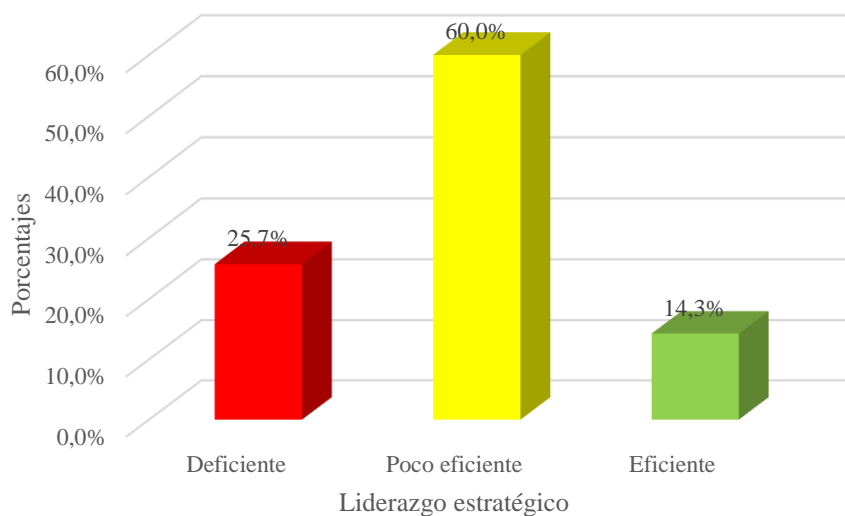
fue posible determinar la dependencia o independencia de dos variables aleatorias.

Dado que el valor calculado de  $rS = 0,965$  está dentro del rango de correlación positiva perfecta, con un nivel de significancia  $\alpha = 0.05$ , se acepta la hipótesis nula esbozada que establece que  $H_0$ : No hay correspondencia entre el liderazgo estratégico y competitividad en la Empresa de Productos Lácteos El Ranchito.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

**Tabla 4.** Variable liderazgo estratégico

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Deficiente	9	25,7%	25,7%
Poco eficiente	21	60,0%	60,0%
Eficiente	5	14,3%	14,3%
Total	35	100,0%	100,0%

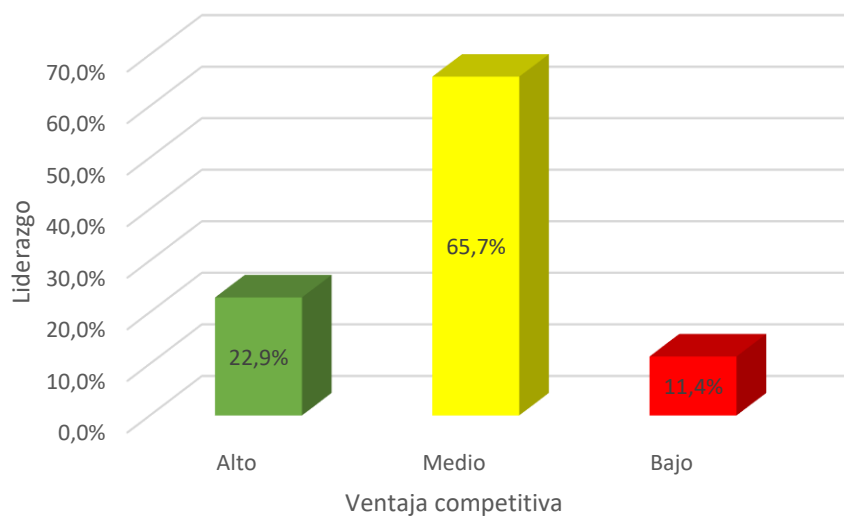


**Figura 1.** Variable liderazgo estratégico

En la Tabla 4 y Figura 1, se puede establecer que el 25,7% de las personas que prestan sus servicios en la empresa, indican que el liderazgo estratégico es deficiente, mientras que el 60,0% indicó que es poco eficiente; por otro lado, el 14,3% hace referencia a un manejo eficiente del liderazgo estratégico.

**Tabla 5.** Variable ventaja competitiva

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>
Alto	8	22,9%	22,9%
Medio	23	65,7%	65,7%
Bajo	4	11,4%	11,4%
Total	35	100,0%	100,0%

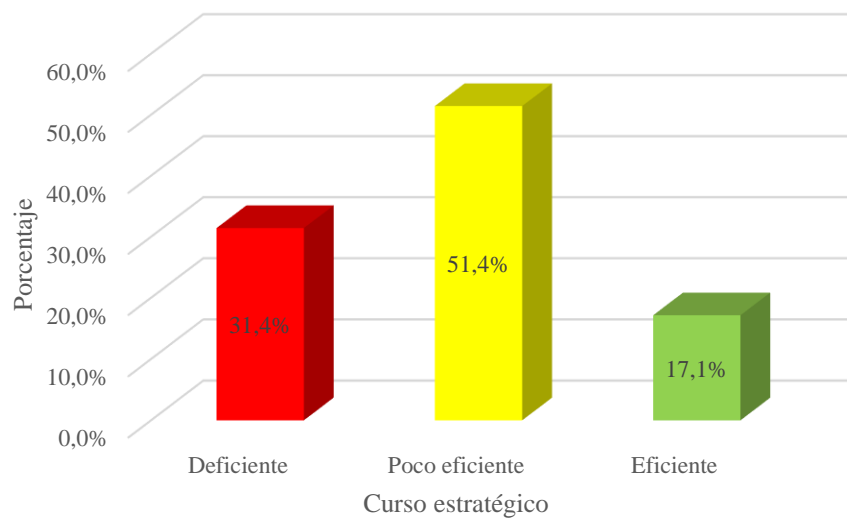


**Figura 2.** Variable ventaja competitiva

En la Tabla 5 y Figura 2, se puede establecer que el 22,9% de las personas que prestan sus servicios en la empresa, indican que la ventaja competitiva es alta, mientras que el 65,7% indicó que este factor es medio; por otro lado, el 11,4% hace referencia a un bajo manejo de la ventaja competitiva.

**Tabla 6.** Dimensión determinación del curso estratégico

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>
Deficiente	11	31,4%	31,4%
Poco eficiente	18	51,4%	51,4%
Eficiente	6	17,1%	17,1%
Total	35	100,0%	100,0%

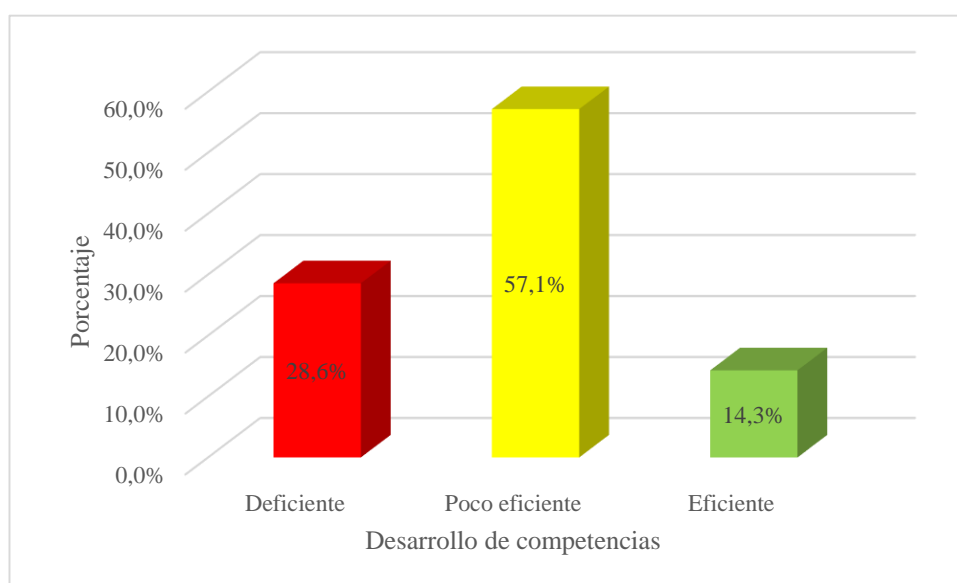


**Figura 3.** Dimensión determinación del curso estratégico

En la Tabla 6 y Figura 3, se puede establecer que el 17,1% de las personas que laboran en la empresa, indican que el plan estratégico existente es eficiente, mientras que el 51,4% indicó que este plan es poco eficiente y, el 31,4% hace referencia a un plan estratégico deficiente.

**Tabla 7.** Dimensión desarrollo de competencias

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>
Deficiente	10	28,6%	28,6%
Poco eficiente	20	57,1%	57,1%
Eficiente	5	14,3%	14,3%
Total	35	100,0%	100,0%

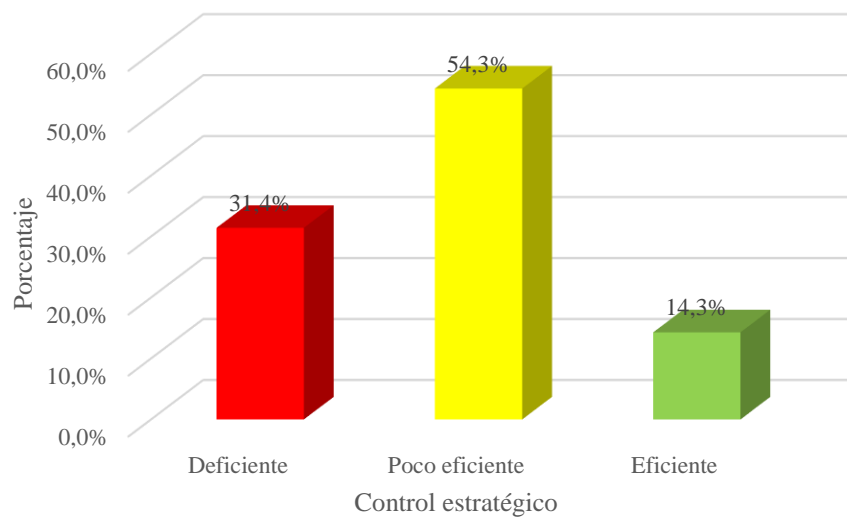


**Figura 4.** Dimensión desarrollo de competencias

Con la Tabla 7 y Figura 4, se puede determinar que el 28,6% de los colaboradores de El Ranchito consideran que el desarrollo de las competencias es deficiente, el 57,1% establecen a este parámetro como poco eficiente, y tan solo el 14,3% indican que este factor de estudio es eficiente.

**Tabla 8.** Dimensión controles estratégico

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>
Deficiente	11	31,4%	31,4%
Poco eficiente	19	54,3%	54,3%
Eficiente	5	14,3%	14,3%
Total	35	100,0%	100,0%

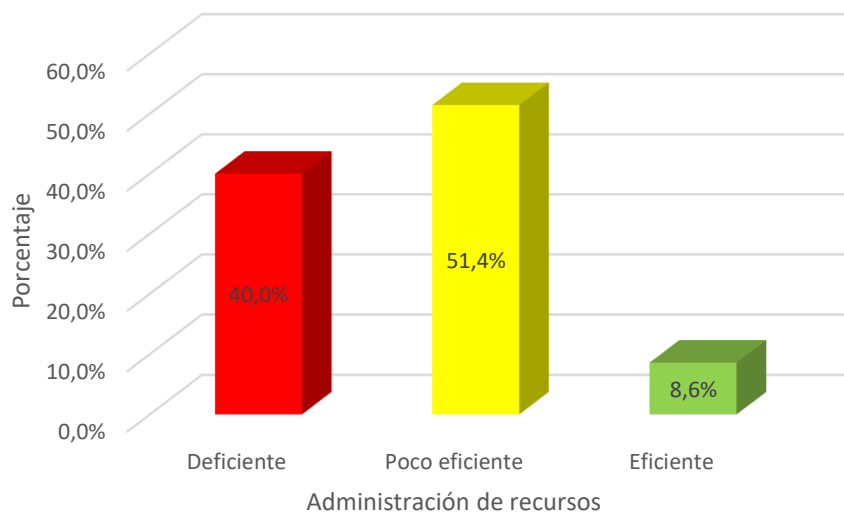


**Figura 5.** Dimensión controles estratégicos

Con la Tabla 8 y Figura 5, se puede determinar que el 31,4% de los colaboradores de El Ranchito consideran que el control estratégico es deficiente, el 54,3% establecen a este parámetro como poco eficiente, y tan solo el 14,3% indican que este factor de estudio es eficiente.

**Tabla 9.** Dimensión administración de recursos

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>
Deficiente	14	40,0%	40,0%
Poco eficiente	18	51,4%	51,4%
Eficiente	3	8,6%	8,6%
Total	35	100,0%	100,0%

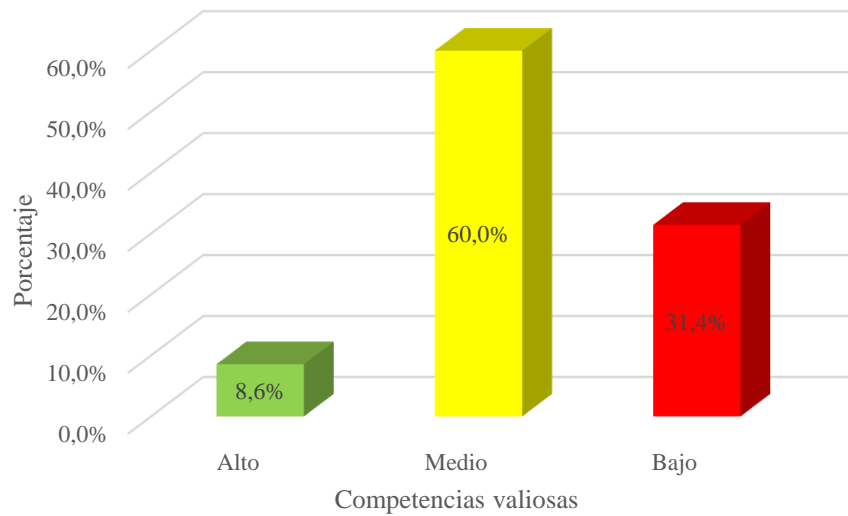


**Figura 6.** Dimensión administración de recursos

Con la Tabla 9 y Figura 6, se puede determinar que el 40,0% de los colaboradores de El Ranchito consideran que la administración de recursos es deficiente, el 51,4% establecen a este parámetro como poco eficiente, y tan solo el 8,6% indican que este factor de estudio es eficiente.

**Tabla 10.** Dimensión competencias valiosas

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>
Alto	3	8,6%	8,6%
Medio	21	60,0%	60,0%
Bajo	11	31,4%	31,4%
Total	35	100,0%	100,0%



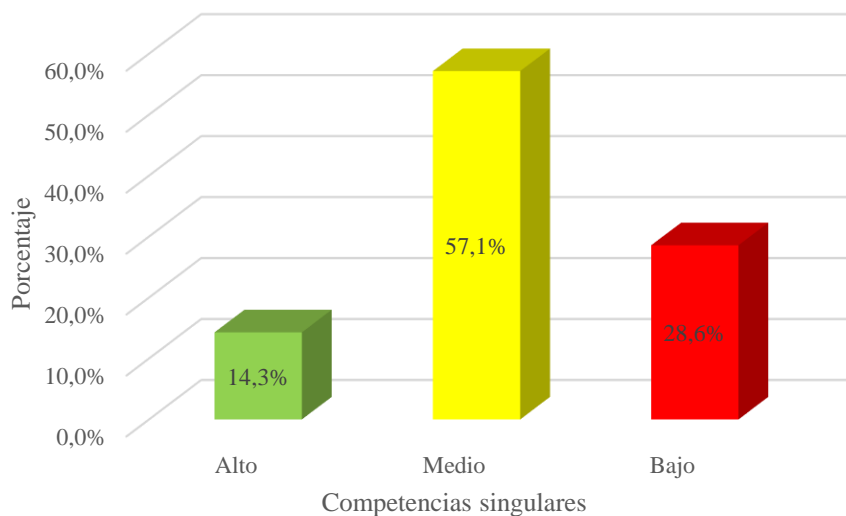
**Figura 7.** Dimensión competencias valiosas

En la Tabla 10 y Figura 7, se puede establecer que el 8,6% de las personas que prestan sus servicios en la empresa, indican que las competencias valiosas, es calificada como alta, mientras que el 60,0% indicó que este factor es medio; por otro lado, el 31,4% hace referencia a un bajo manejo de las competencias valiosas.



**Tabla 11.** Dimensión competencias singulares

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>
Alto	5	14,3%	14,3%
Medio	20	57,1%	57,1%
Bajo	10	28,6%	28,6%
Total	35	100,0%	100,0%

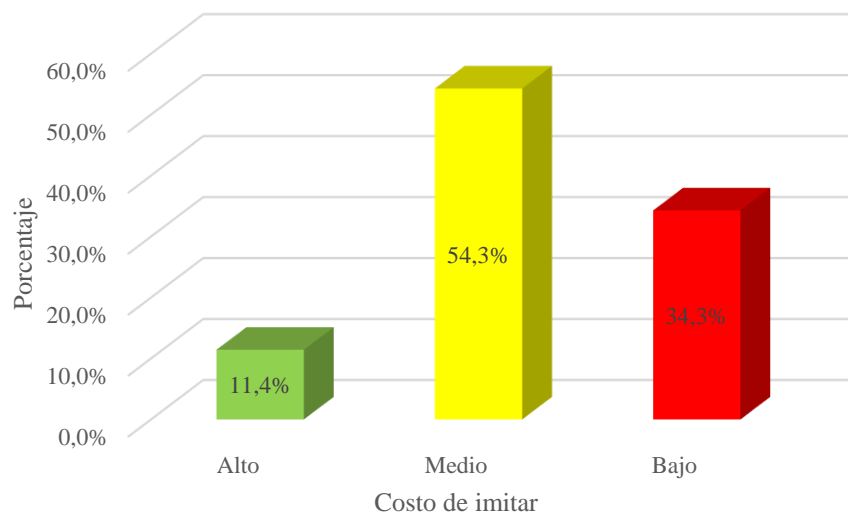


**Figura 8.** Dimensión competencias singulares

En la Tabla 11 y Figura 8, se puede establecer que el 14,3% de las personas que prestan sus servicios en la empresa, indican que las competencias singulares tienen como ponderación alta, mientras que el 57,1% indicó que este factor es medio; por otro lado, el 28,6% hace referencia a un bajo manejo de las competencias singulares.

**Tabla 12.** Dimensión costos de imitación

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>
Alto	4	11,4%	11,4%
Medio	19	54,3%	54,3%
Bajo	12	34,3%	34,3%
Total	35	100,0%	100,0%

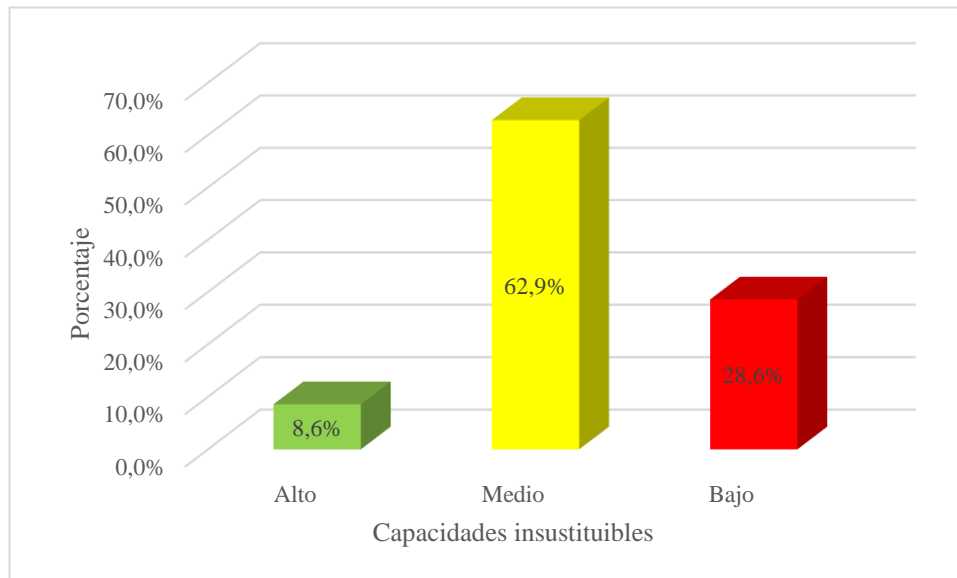


**Figura 9.** Dimensión costos de imitación

En la Tabla 12 y Figura 9, se puede establecer que el 11,4% de las personas que prestan sus servicios en la empresa, indican que el costo de imitar tiene como ponderación alta, mientras que el 54,3% indicó que este factor es medio; y, el 34,3% hace referencia a una baja ponderación en el costo de imitar.

**Tabla 13.** Dimensión capacidades insustituibles

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>
Alto	3	8,6%	8,6%
Medio	22	62,9%	62,9%
Bajo	10	28,6%	28,6%
Total	35	100,0%	100,0%



**Figura 10.** Dimensión capacidades insustituibles

En la Tabla 13 y Figura 10, se puede establecer que el 8,6% de las personas que prestan sus servicios en la empresa, consideran que las capacidades insustituibles, tiene como ponderación alta, mientras que el 62,9% indicó que este factor es medio; y, el 28,6% hace referencia a una baja ponderación en este factor.

Bajo estos resultados y referenciando la prueba de normalidad, en donde:

H0: La distribución de la muestra es normal.

H1: La distribución de la muestra no es normal.

Sig T: 0.05; Nivel de confianza; 95%; 1.96

Se considera la regla decisional

- Si Sig. E < Sig. T, entonces, se rechaza H0.
- Si Sig. E > Sig. T, entonces, se acepta H0

**Tabla 14.** Prueba de normalidad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.
Liderazgo estratégico	,747	35	,000
Ventaja competitiva	,718	35	,000

Como se muestra en la Tabla 14, para el análisis de normalidad se utilizó el estadístico de Shapiro-Wilk debido a que, al analizar la muestra, y ajustándose al postulado teórico respectivo, se advirtió que estuvo compuesta por una muestra pequeña menor a 50 elementos. Basado en este precepto se tomó la decisión: Sig (p valor) > Alfa: No rechazar  $H_0$  (normal). Donde Alfa representa la significancia, que en este estudio es igual al 5% (0,05), los resultados encontrados fueron: Sig E=.000 <Sig.T= 0.05; de esta manera y frente a esta perspectiva, se procedió a rechazar  $H_0$  y se derivó en la aceptación de  $H_1$ , debido a que el nivel obtenido tras correr el programa SPSS es menor al nivel de significancia, considerando que el muestreo utilizado no se ajusta a los patrones de normalidad y, debido a esta particularidad, se procedió con la utilización del coeficiente de Spearman para realizar y aprobar la prueba de hipótesis.

**Tabla 15.** Prueba de hipótesis

		Ventaja competitiva	Liderazgo estratégico
Rho de Spearman	Ventaja competitiva	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,804**
Liderazgo estratégico		N	35
		Coefficiente de correlación	,804**
		Sig. (bilateral)	1.000
		N	35

Por lo tanto, al efectuar la interrelación del valor del coeficiente de correlación Rho de Spearman en la Tabla 15, es de ,804\*\* al contrastarlo con la tabla de interpretación de este coeficiente establece que la correlación de las variables es positiva perfecta; por lo tanto, se concluye que las dos variables están considerablemente correlacionadas y como rS es positiva el liderazgo estratégico si

influye en la competitividad de la Empresa de Productos Lácteos El Ranchito, debido a que los valores cercanos a +1.0 indican la existencia de una fuerte asociación entre las clasificaciones; es decir, que en medida que aumenta el liderazgo estratégico, también lo hará la competitividad.

## **CONCLUSIONES**

Al existir un coeficiente Rho de Spearman positivo considerable de 0,965; se determinó que existe correlación de las variables de forma positiva perfecta entre el liderazgo estratégico y la competitividad y que este modelo de liderazgo influye en la competitividad, por lo que esta manera de dirigir empresas deberá ser aplicado en Productos Lácteos El Ranchito, para mejorar su competitividad frente a su entorno.

Así también, se pudo determinar que existe relación el liderazgo estratégico y la ventaja competitiva en la Empresa Productos Lácteos El Ranchito, con un coeficiente de Rho de Spearman positiva considerable de ,804<sup>\*\*</sup>; siendo una correlación positiva muy fuerte, habría una relación incremental entre el liderazgo estratégico, y cuyo efecto directamente proporcional ocurriría con su competitividad.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aiken, L. (1985). Three coefficients for analyzing the reliability and validity of ratings. *Educ Psychol Means*, 45(1):131-42.
- Bernal, C. (2018). *Metodología de la Investigación*. Bogota: Pearson Educación.
- Borda, L. (2022). *Liderazgo de alto impacto en tiempos de cambio*. San José de Costa Rica: Incae.
- Cardona, P., & Chinchilla, N. (2018). Intrategia. En búsqueda del alto rendimiento y de la supervivencia a largo plazo. *Harvard Deusto Business Review*, 36-41.
- Chán, M., Goded, P., & Sacaluga, C. (2018). Validación de cuestionario para Caracterización del Perfil Docente (CAPED) de la Universidad Tecnológica ECOTEC. *Revista Espacio*, 18-39.
- Chávez, M. (2019). *La Influencia del Liderazgo en el Clima Organizacional, Análisis de la PYME Ecuatoriana*. Quito: UASB.
- Chemers, M. (2020). Leadership research and theory: a functional integration. *Leadership*, 27-43.
- Costa, S., & al, D. P. (2015). *Percepción de innovación en las organizaciones*. España.
- Ferraz, J., Kupfer, D., & Hagenauer, L. (2016). *El desafío competitivo para la industria brasileña*. Sao Paulo: Cepal Review.
- García, P. (2017). *Metodología de la investigación*. México: Ediciones Larousse.
- González, J. (2018). Diseño y validación de un instrumento para evaluar el impacto de los proyectos formativos en educación básica en México. *Atlante: Cuadernos de Educación y desarrollo*, 2-19.
- Hernandez, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Mc. Graw Hill.
- Hidalgo, L. (2018). Confiabilidad y validez en el contexto de la investigación y evaluación cualitativas. *Sinopsis Educativa. Revista venezolana de investigación*, 225-243.

- Icart, M., Fuentelsaz, C., & Pulpón, A. (2016). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina*. Barcelona: Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Levy-Levoyer, C. (2018). *Gestión de las competencias: cómo analizarlas, cómo evaluarlas y cómo desarrollarlas*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- López, N. (2020). *Deontología*. Pamplona: Universidad de Navarra.
- Luna, F. (2021). *Liderazgo estratégico: rasgos clave y cómo desarrollarlos*. México: Prentice-Hall.
- Martínez, R., Tuya, L., Martínez, M., Pérez, A., & Cánovas, A. (2019). El coeficiente de correlación de los rangos de Spearman. Caracterización. *Revista Habanera de Ciencias Médicas*.
- Montoya, C., & Boyero, M. (2018). El recurso humano como elemento fundamental para la gestión de calidad y la competitividad organizacional. *Visión de Futuro*, 1'20.
- Morillo, M. (2018). Gerenciamiento, cuando el liderazgo marca la diferencia. *Revista EKOS: Pymes, La pequeña y mediana empresa en el Ecuador*, p. 35.
- Neill, D., & Cortez, L. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*. Machala: Ediciones UTMACH.
- Pearce, C., & Barkus, B. (2018). The Future of Leadership: Combining Vertical and Shared Leadership to Transform Knowledge Work. *The Academy of Management Executive*, 47-59.
- Rodríguez, G., & Gil, J. (2018). *Metodología de la investigación cualitativa*. Granada: Ediciones Aljibe.
- Romero, R., Real, J., Ordoñez, J., Gavino, G., & Saldarriaga, G. (2021). *Metodología de la Investigación*. Quito: Edicumbres Editorial Corporativa.
- Rowe, W. (2021). Creating wealth in organizations: The role of strategic leadership. *The Academy of Management Executive*, 81-94.

Santander, A., & Ruiz, R. (2019). *Relación entre variables cuantitativas*. Habana: Editorial ECIMED.

Suárez, A. (2022). *Gestión estratégica y su relación con la competitividad de las empresas del cantón Latacunga*. La Libertad: UPSE.

Whetten, D., & Cameron, K. (2019). *Desarrollo de habilidades directivas*. México: P. H. Pearson, Ed.

Zamora, G. (2021). *Caracterización de la PYME en la Industria Manufacturera del Distrito Metropolitano de Quito*. Quito: Centro de Publicaciones PUCE.



## ANEXOS

### ANEXOS 1. CUESTIONARIO SOBRE LIDERAZGO ESTRATÉGICO Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA PRODUCTOS LÁCTEOS EL RANCHITO.

Objetivo: Establecer el nivel de correlación entre el liderazgo estratégico y la competitividad en la Empresa Productos Lácteos El Ranchito.

#### INSTRUCTIVO:

Esta encuesta ayuda a compilar información de la situación actual de la empresa, por lo que sus respuestas son de carácter reservado, se sugiere responder marcando con (X) en solo una de las alternativas que considere pertinente. Los parámetros establecidos a las alternativas de respuesta son:

- Nunca (1)
- Casi Nunca (2)
- A veces (3)
- Casi siempre (4)
- Siempre (5)

N°	DIMENSIONES	ESCALA				
		1	2	3	4	5
<b>LIDERAZGO ESTRATEGICO</b>						
<b>D1</b>	<b>DETERMINACION DEL PLAN ESTRATEGICO</b>					
1.	Productos Lácteos El Ranchito dirige mis actividades para alcanzar el trabajo que debo cumplir					
2.	Ejecuto mi trabajo en base a la realización de mi actividad laboral a futuro.					
3.	Desarrollo mi trabajo basándome en las actividades planificadas.					
4.	El gerente realiza su trabajo para cumplir con las actividades planificadas.					
5.	El gerente hace cosas nuevas para competir en el mercado.					
6.	El gerente analiza las cosas buenas y malas que posee la empresa					
<b>D2</b>	<b>DESARROLLO DE COMPETENCIAS</b>					
7.	La empresa realiza capacitaciones para fortalecer sus conocimientos					
8.	El gerente realiza actividades de integración al interior de la empresa					
<b>D3</b>	<b>CONTROLES ESTRATEGICOS</b>					
9	Productos Lácteos El Ranchito utiliza algún tipo de control para medir los resultados alcanzados.					
10	Considera que Productos Lácteos El Ranchito conoce que tan satisfechos están los clientes.					

11	Considera que Productos Lácteos El Ranchito utiliza métodos para controlar el área de bodegas.						
12	Considera que el trabajo que hace el Gerente está orientado al crecimiento de Productos Lácteos El Ranchito.						
<b>D4</b>	<b>ADMINISTRACION DE RECURSOS</b>						
13	Productos Lácteos El Ranchito aprovecha todos sus espacios físicos						
14	Me capacitan sobre el manejo del sistemas informáticos						
15	Considera que el Gerente toma acciones para retener al personal						
<b>COMPETITIVIDAD</b>							
<b>D1</b>	<b>CAPACIDADES VALIOSAS</b>						
16	Considera que Productos Lácteos El Ranchito aprovecha las oportunidades del mercado						
17	Considera que Productos Lácteos El Ranchito utiliza de forma efectiva su capacidad productiva.						
18	Considera que la empresa toma acciones para protegerse de las situaciones externas.						
19	Productos Lácteos El Ranchito toma algún tipo de acción ante la competencia						
<b>D2</b>	<b>CAPACIDADES SINGULARES</b>						
20	Considera que hacia dónde quiere ir la empresa se orienta para diferenciarse de la competencia						
21	Considera que Productos El Ranchito mantiene diferencias con la competencia por sus productos						
22	Considera que Productos El Ranchito mantiene diferencia de la competencia por la venta y posventa						
<b>D3</b>	<b>CAPACIDADES HONEROSAS PARA DUPLICAR</b>						
23	Considera que Productos Lácteos El Ranchito se encuentra posicionada en el mercado						
24	Considera que los clientes perciben calidad en sus productos						
25	Considera que Productos Lácteos El Ranchito genera sentimientos de bienestar y seguridad en el mercado.						
26	Considera que la capacitación a los trabajadores es un procedimiento que desarrolla frecuentemente la empresa.						
27	Considera que el gerente efectúa bien su trabajo.						
<b>D4</b>	<b>CAPACIDADES INSUSTITUIBLES</b>						
28	Considera que los productos de Productos Lácteos El Ranchito son irremplazables						
29	Considera que la competencia copia los proceso de venta de Productos Lácteos El Ranchito						
30	Considera que la competencia copia lo que hace Productos Lácteos el Ranchito						

## ANEXO 2. VALIDACIÓN V DE AIKEN PARA EL LIDERAZGO ESTRATÉGICO

### Análisis de ítems en pruebas dicotómicas

Liderazgo estratégico

n	A	Puntuaciones originales				Test	Criterio
		i1	i2	i3	i4	X	Y
4	R1	0	1	1	1	3	10
	R2	1	0	1	0	2	9
	R3	1	1	0	0	2	8
	p	0,67	0,67	0,67	0,33	2,33	9,00
	q	0,33	0,33	0,33	0,67		
*q-->	var	0,22	0,22	0,22	0,22		
	dt	0,47	0,47	0,47	0,47	0,47	0,82
	$\bar{X}_A$	2,000	2,500	2,500	3,000		
	$r_{jX}$	-1,00	0,50	0,50	1,00		
	$\bar{Y}_A$	8,5	9	9,5	10		
	$r_{jY}$	-0,87	0	0,866	0,866		

B	descontar influencia ítem			
	X-1	X-2	X-3	X-4
	3	2	2	2
	1	2	1	2
	1	1	2	2
	1,67	1,67	1,67	2,00
	0,94	0,47	0,47	0,00
	1,000	1,500	1,500	2,000

### Instrucciones:

--> X corresponde al Test e Y a un criterio o test tipo marcador.

1.- Insertar filas y/o columnas en A según el número de expertos.

2.- Pegar los datos en A

3.- No olvidar copiar las fórmulas para cada fila y/o columna insertada, tanto en A como en el área B

--> Los resultados se resumen en área verde (C), incluyendo los Índices de Dificultad, Discriminación, Homogeneidad, Fiabilidad y Validez; así la Validez predictiva.

C	IDd	0,67	0,67	0,67	0,33
	IDn	-1,00	-0,50	-0,50	#####
	Sj	0,47	0,47	0,47	0,47
	IF	-0,47	0,24	0,24	0,47
	IV	-0,87	0,00	0,87	0,87
	Validez	0,87			

$$IDd_j = p_j$$

$$IDn_j \equiv R_{bp} = \frac{\bar{X}_A - \bar{X}_X}{S_X} \cdot \sqrt{\frac{p_j}{q_j}} \quad r_{j(x-j)} = \frac{r_{jx}S_x - S_j}{\sqrt{S_j^2 + S_x^2 - 2r_{jx}S_jS_x}}$$

$$S_j = \sqrt{p_j \cdot q_j}$$

$$IF_j = S_j \cdot r_{jx}$$

$$IV_j \equiv r_{jY}$$

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left( 1 - \frac{\sum_j S_j^2}{\left[ \sum_j S_j r_{jx} \right]^2} \right)$$

### ANEXO 3. VALIDACIÓN V DE AIKEN PARA LA COMPETITIVIDAD

#### Análisis de ítems en pruebas dicotómicas

Competitividad

n	A	Puntuaciones originales				Test	Criterio
		i1	i2	i3	i4	X	Y
4	R1	1	1	0	1	3	10
	R2	0	1	1	0	2	9
	R3	1	0	0	1	2	8
	p	0,67	0,67	0,33	0,67	2,33	9,00
	q	0,33	0,33	0,67	0,33		
*q-->	var	0,22	0,22	0,22	0,22		
	dt	0,47	0,47	0,47	0,47	0,47	0,82
	$\bar{X}_A$	2,500	2,500	2,000	2,500		
	$r_{jX}$	0,50	0,50	-0,50	0,50		
	$\bar{Y}_A$	9	9,5	9	9		
	$r_{jY}$	0	0,866	0	0		

B	descontar influencia ítem			
	X-1	X-2	X-3	X-4
	2	2	3	2
	2	1	1	2
	1	2	2	1
	1,67	1,67	2,00	1,67
	0,47	0,47	0,82	0,47
	1,500	1,500	1,000	1,500

#### Instrucciones:

--> X corresponde al Test e Y a un criterio o test tipo marcador.

- 1.- Insertar filas y/o columnas en A según el número de expertos.
- 2.- Pegar los datos en A
- 3.- No olvidar copiar las fórmulas para cada fila y/o columna insertada, tanto en A como en el área B

--> Los resultados se resumen en área verde (C), incluyendo los Índices de Dificultad, Discriminación, Homogeneidad, Fiabilidad y Validez; así la Validez predictiva.

C					
IDd	0,67	0,67	0,33	0,67	
IDn	-0,50	-0,50	-0,87	-0,50	
Sj	0,47	0,47	0,47	0,47	
IF	0,24	0,24	-0,24	0,24	
IV	0,00	0,87	0,00	0,00	
Validez	0,866				

$$IDd_j = p_j$$

$$IDn_j \equiv R_{bp} = \frac{\bar{X}_A - \bar{X}_X}{S_X} \cdot \sqrt{\frac{p_j}{q_j}} \quad r_{j(x-j)} = \frac{r_{jx}S_x - S_j}{\sqrt{S_j^2 + S_x^2 - 2r_{jx}S_jS_x}}$$

$$S_j = \sqrt{p_j \cdot q_j}$$

$$IF_j = S_j \cdot r_{jx}$$

$$IV_j \equiv r_{jY}$$

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left( 1 - \frac{\sum_j S_j^2}{\left[ \sum_j S_j r_{jx} \right]^2} \right)$$

### ANEXO 4. VALIDACIÓN CONSTRUCTO POR ALFA DE CRONBACH

		VARIABLES DE INVESTIGACION																															
		LIDERAZGO ESTRATEGICO															COMPETITIVIDAD																
		DETERMINACION DEL PLAN ESTRATEGICO						D. COM.			CONT. ESTRATEG.			ADM. REC.			CAP. VALIOSAS					CAP. SINGUL.			CAPAC. COST. IMITAR					CAPAC. INSUST.			
ENCUESTADOS		V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10	V11	V12	V13	V14	V15	V16	V17	V18	V19	V20	V21	V22	V23	V24	V25	V26	V27	V28	V29	V30	SUMA	
1		3	2	2	2	2	3	4	4	1	3	2	1	1	4	2	1	1	1	4	2	1	1	1	4	2	1	1	1	1	62		
2		2	3	3	3	2	2	3	3	1	3	4	2	2	3	1	1	2	1	3	1	1	2	1	3	1	1	2	1	61			
3		3	3	1	3	2	4	3	3	1	3	3	3	3	3	2	1	1	1	3	2	1	1	3	1	3	2	1	3	1	65		
4		3	1	1	3	4	3	2	3	2	4	5	3	3	3	2	3	3	1	3	2	3	3	1	3	1	3	2	3	3	1	77	
5		3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	1	3	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	3	1	2	4	1	67	
6		3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	4	2	2	4	2	2	4	2	79
7		2	3	1	3	2	4	3	3	1	3	3	2	2	3	1	1	1	1	2	1	1	1	1	4	1	1	3	1	58			
8		3	3	3	3	2	4	3	3	1	1	3	3	2	3	1	3	2	1	3	1	3	2	1	3	1	2	3	1	68			
9		3	3	3	4	2	3	3	3	1	3	4	2	4	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	4	4	2	77	
10		4	3	1	2	3	3	4	3	3	3	4	3	2	4	3	2	2	4	2	3	2	2	3	2	1	4	3	2	1	1	79	
11		3	4	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	1	5	4	3	1	2	4	4	3	1	4	4	1	1	4	3	1	1	78	
12		2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1	3	2	2	2	1	3	2	4	2	1	1	1	2	4	1	72	
13		3	1	3	3	3	3	3	3	1	2	4	2	2	5	1	2	2	4	4	1	2	1	3	4	1	4	1	2	2	1	73	
14		1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	3	1	1	1	1	4	2	1	1	1	1	3	1	1	2	1	2	2	1	43	
15		3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	3	1	1	2	1	2	3	1	2	2	1	2	1	1	2	2	3	4	1	58	
Varianza		1,11	0,76	0,94	0,80	0,73	0,95	0,89	0,95	0,71	0,95	1,14	0,65	0,84	1,52	0,78	0,69	0,64	0,88	1,22	0,78	0,63	0,70	1,11	0,79	0,52	1,45	0,79	0,76	1,05	0,52		
Sumatoria de Varianza		26,25																															
Varianza de la suma de los ítems		190,64																															

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_j^2} \right]$$

a	Coefficiente de confiabilidad	0,894
K	Numero de ítems del instrumento	28
$\sum S_i^2$	Sumatoria de las varianzas de los ítem	26,25
$S_j^2$	Varianza total del instrumento	190,64

Estadística de fiabilidad
Alfa de Cronbach
0,894

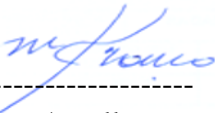
**ANEXO 5. INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO****(JUICIO DE EXPERTOS)**

El presente Instrumento tiene como finalidad validar el formulario **CUESTIONARIO - SOBRE LIDERAZGO ESTRATÉGICO Y COMPETITIVIDAD**, el mismo que será aplicado a empleados y trabajadores que representan la población objetivo del estudio “**Liderazgo estratégico y su influencia en la competitividad de la Empresa Productos Lácteos El Ranchito**”, el cual corresponde a un diseño de investigación correlacional no experimental transversal.

**Instrucciones:**

La evaluación requiere una lectura detallada y completa de cada ítem propuesto a fin de comparar de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a Claridad de la redacción, Contexto correcto de ítem, Congruencia con al contenido y Dominio del Constructo. Para tal fin, deberá asignar una valoración si cada ítem presenta o no los criterios propuestos, y caso contrario se ofrece un espacio para las observaciones si las hubiera.

Juez N° 1	
Fecha actual:	09 de mayo de 2023
Nombre y Apellidos de Juez	Mauricio Rubén Franco Coello
Grado Académico	Magister en Economía
Puesto de trabajo	Docente
Institución donde labora	Universidad Técnica de Cotopaxi Extensión La Maná
Año de experiencia profesional o científica	20

  
-----  
Firma y/o sello

## INSTRUMENTO PARA FINES ESPECÍFICOS DE LA VALIDACIÓN DE CONTENIDO

### (JUICIO DE EXPERTO)

**Calificación:** muy aceptable (5) aceptable (4) regular (3) poco aceptable (2) inaceptable (1)

Nº	Ítems (afirmaciones)	Claridad					Congruencia					Contexto					Dominio del constructo					Sugerencia					
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1						
<b>LIDERAZGO</b>																											
<b>DETERMINACION DEL PLAN ESTRATEGICO</b>																											
1	Productos Lácteos El Ranchito dirige mis actividades para alcanzar el trabajo que debo cumplir	x						x																			
2	Ejecuto mi trabajo en base a la realización de mi actividad laboral a futuro.	x							x																		
3	Desarrollo mi trabajo basándome en las actividades planificadas.	x							x																		
4	El gerente realiza su trabajo para cumplir con las actividades planificadas.	x							x						x												
5	El gerente hace cosas nuevas para competir en el mercado.	x							x						x												
6	El gerente analiza las cosas buenas y malas que posee la empresa	x							x						x												
<b>DESARROLLO DE COMPETENCIAS</b>																											
7	La empresa realiza capacitaciones para fortalecer sus conocimientos	x							x						x												
8	El gerente realiza actividades de integración al interior de la empresa	x							x						x												
<b>CONTROLES ESTRATEGICOS</b>																											
9	Productos Lácteos El Ranchito utiliza algún tipo de control para medir los resultados alcanzados.	x							x						x												
10	Considera que Productos Lácteos El Ranchito conoce que tan satisfechos están los clientes.	x							x						x										x		
11	Considera que Productos Lácteos El Ranchito utiliza métodos para	x							x						x										x		







**INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO**

(JUICIO DE EXPERTOS)

El presente Instrumento tiene como finalidad validar el formulario **CUESTIONARIO - SOBRE LIDERAZGO ESTRATÉGICO Y COMPETITIVIDAD**, el mismo que será aplicado a empleados y trabajadores que representan la población objetivo del estudio “**Liderazgo estratégico y su influencia en la competitividad de la Empresa Productos Lácteos El Ranchito**”, el cual corresponde a un diseño de investigación correlacional no experimental transversal.

**Instrucciones:**

La evaluación requiere una lectura detallada y completa de cada ítem propuesto a fin de comparar de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a Claridad de la redacción, Contexto correcto de ítem, Congruencia con al contenido y Dominio del Constructo. Para tal fin, deberá asignar una valoración si cada ítem presenta o no los criterios propuestos, y caso contrario se ofrece un espacio para las observaciones si las hubiera.

Juez N° 2	
Fecha actual:	03 de mayo de 2023
Nombre y Apellidos de Juez	Eduardo Fabricio Cabrera Toscano
Grado Académico	Master en Administración de Empresas
Puesto de trabajo	Docente
Institución donde labora	Universidad Técnica de Cotopaxi Extensión La Maná
Año de experiencia profesional o científica	8



Firma y/o sello

## INSTRUMENTO PARA FINES ESPECÍFICOS DE LA VALIDACIÓN DE CONTENIDO

### (JUICIO DE EXPERTO)

**Calificación:** muy aceptable (5) aceptable (4) regular (3) poco aceptable (2) inaceptable (1)

Nº	Ítems (afirmaciones)	Claridad					Congruencia					Contexto					Dominio del constructo					Sugerencia					
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1						
<b>LIDERAZGO</b>																											
<b>DETERMINACION DEL PLAN ESTRATEGICO</b>																											
1	Productos Lácteos El Ranchito dirige mis actividades para alcanzar el trabajo que debo cumplir	x						x																			
2	Ejecuto mi trabajo en base a la realización de mi actividad laboral a futuro.	x						x																			
3	Desarrollo mi trabajo basándome en las actividades planificadas.	x						x																			
4	El gerente realiza su trabajo para cumplir con las actividades planificadas.	x						x																			
5	El gerente hace cosas nuevas para competir en el mercado.	x						x																			
6	El gerente analiza las cosas buenas y malas que posee la empresa	x						x																			
<b>DESARROLLO DE COMPETENCIAS</b>																											
7	La empresa realiza capacitaciones para fortalecer sus conocimientos	x						x																			
8	El gerente realiza actividades de integración al interior de la empresa	x						x																			
<b>CONTROLES ESTRATEGICOS</b>																											
9	Productos Lácteos El Ranchito utiliza algún tipo de control para medir los resultados alcanzados.	x						x																			
10	Considera que Productos Lácteos El Ranchito conoce que tan satisfechos están los clientes.	x						x																			
11	Considera que Productos Lácteos El Ranchito utiliza métodos para	x						x																			





**INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO**

(JUICIO DE EXPERTOS)

El presente Instrumento tiene como finalidad validar el formulario **CUESTIONARIO - SOBRE LIDERAZGO ESTRATÉGICO Y COMPETITIVIDAD**, el mismo que será aplicado a empleados y trabajadores que representan la población objetivo del estudio “**Liderazgo estratégico y su influencia en la competitividad de la Empresa Productos Lácteos El Ranchito**”, el cual corresponde a un diseño de investigación correlacional no experimental transversal.

**Instrucciones:**

La evaluación requiere una lectura detallada y completa de cada ítem propuesto a fin de comparar de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a Claridad de la redacción, Contexto correcto de ítem, Congruencia con al contenido y Dominio del Constructo. Para tal fin, deberá asignar una valoración si cada ítem presenta o no los criterios propuestos, y caso contrario se ofrece un espacio para las observaciones si las hubiera.

Juez N° 3	
Fecha actual:	03 de mayo de 2023
Nombre y Apellidos de Juez	Enry Gutember Medina López
Grado Académico	Master en Administración de Empresas
Puesto de trabajo	Docente
Institución donde labora	Universidad Técnica de Cotopaxi Extensión La Maná
Año de experiencia profesional o científica	17



Firma y/o sello

## INSTRUMENTO PARA FINES ESPECÍFICOS DE LA VALIDACIÓN DE CONTENIDO

### (JUICIO DE EXPERTO)

**Calificación:** muy aceptable (5) aceptable (4) regular (3) poco aceptable (2) inaceptable (1)

Nº	Ítems (afirmaciones)	Claridad					Congruencia					Contexto					Dominio del constructo					Sugerencia					
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1						
<b>LIDERAZGO</b>																											
<b>DETERMINACION DEL PLAN ESTRATEGICO</b>																											
1	Productos Lácteos El Ranchito dirige mis actividades para alcanzar el trabajo que debo cumplir	x						x																			
2	Ejecuto mi trabajo en base a la realización de mi actividad laboral a futuro.	x						x																			
3	Desarrollo mi trabajo basándome en las actividades planificadas.	x						x																			
4	El gerente realiza su trabajo para cumplir con las actividades planificadas.	x						x																			
5	El gerente hace cosas nuevas para competir en el mercado.	x						x						x													
6	El gerente analiza las cosas buenas y malas que posee la empresa	x						x																			
<b>DESARROLLO DE COMPETENCIAS</b>																											
7	La empresa realiza capacitaciones para fortalecer sus conocimientos	x						x																			
8	El gerente realiza actividades de integración al interior de la empresa	x						x																			
<b>CONTROLES ESTRATEGICOS</b>																											
9	Productos Lácteos El Ranchito utiliza algún tipo de control para medir los resultados alcanzados.	x						x																			
10	Considera que Productos Lácteos El Ranchito conoce que tan satisfechos están los clientes.	x						x																			
11	Considera que Productos Lácteos El Ranchito utiliza métodos para	x						x																			







# LIDERAZGO ESTRATÉGICO Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA PRODUCTOS LÁCTEOS EL RANCHITO

## STRATEGIC LEADERSHIP AND ITS INFLUENCE ON THE COMPETITIVENESS TO EMPRESA DE PRODUCTOS LÁCTEOS EL RANCHITO

Roosevelt Fabián Viera Espinel<sup>1</sup>, Jirma Elizabeth Veintimilla Ruíz<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Universidad Técnica de Cotopaxi, <sup>2</sup> Universidad Técnica de Cotopaxi

---

### Información del artículo

**Tipo de artículo:**  
Artículo original

**Recibido:**  
dd/mm/aaaa

**Aceptado:**  
dd/mm/aaaa

**Revista:**  
DATEH 11(1):1-11

### Resumen

Este trabajo investigativo se enfocó en establecer la correlación existente entre el liderazgo estratégico y su influencia en la competitividad para la Empresa de Productos Lácteos El Ranchito, considerando a la población de estudio por muestreo censal a los 35 empleados y trabajadores que laboran en la entidad y utilizando para ello la técnica del constructo determinístico que fue estructurado por 30 preguntas generadas a través de un clasificador de orden de datos para establecer el grado de diferenciación entre las variables analizadas. Se aplicó y procesó la información en Excel y SPSS 27, ya que con la aplicación de esos dos softwares se pudo cuantificar el nivel de confianza de las variables mediante juicio de expertos y cuya validez de contenido fue desarrollado a través de la Técnica V de AIKEN y corroborada con ALFA de CRONBACH; además, basándose en la prueba RHO de SPEARMAN se logró determinar la relacionalidad existente entre las dos variables involucradas en este estudio; finalmente, al inferir los resultados obtenidos se pudo concluir la no existencia relacional entre el liderazgo estratégico y la competitividad en la Empresa de Productos Lácteos El Ranchito, ya que con una correlación positiva muy fuerte habría la relación incremental entre el liderazgo estratégico y cuyo efecto sería directamente proporcional y relacionada con la competitividad, aceptando de esa manera la hipótesis planteada en esta investigación.

**Palabras clave:** Liderazgo estratégico; influencia; competitividad; compañías.

### Abstract

This research work focused on establishing the correlation between strategic leadership and its influence on competitiveness for the Empresa de Productos Lácteos El Ranchito, considering the study population by census sampling of the 35 employees and workers who work in the entity and using the deterministic construct technique that was structured by 30 questions generated through a data order classifier to establish the degree of differentiation between the variables analyzed. The information was applied and processed in Excel and SPSS 27, since with the application of these two software's it was possible to quantify the level of confidence of the variables through expert judgment and whose content validity was developed through Aiken's V Technique and corroborated with Cronbach's Alpha; in addition, based on Spearman's Rho test, it was possible to determine the existing relationally between the two variables involved in this study; Finally, by inferring the results obtained, it was possible to conclude the non-existence of a relationship between strategic leadership and competitiveness in Empresa de Productos Lácteos El Ranchito, since with a very strong positive correlation there would be an incremental relationship between strategic leadership and its effect would be directly proportional and concomitant with competitiveness, thus accepting the hypothesis put forward in this research.

**Keywords:** Strategic leadership; influence; competitiveness; companies.

---

## INTRODUCCIÓN

La dinámica cambiante en aspectos políticos, sociales y económicos que han ocurrido en los últimos tiempos se ha generado debido al apareamiento de nuevas estructuras laborales como respuesta al actual entorno competitivo.

Las desafiantes presiones a las que se ven avocadas las empresas de acuerdo con Pearce & Barkus (2018) son “consecuencia tanto de los cambios en la naturaleza de la mano de obra como los cambios de los deseos y expectativas de los trabajadores”. Pero Levy-Levoyer (2018), plantean esta situación “al conocimiento individual de los profesionales calificados que no es suficiente para lograr los objetivos organizacionales, requiriendo también del conocimiento fundamentado en el equipo”.

“La razón es que cada vez se torna más complejo que alguien posea todos los conocimientos, habilidades y destrezas requeridos para desempeñar un puesto de trabajo, de ahí que radica la importancia del trabajo en equipo” (Whetten & Cameron, 2019). Por lo que, para Cardona y Chinchilla (2018), “este cambio del individualismo al trabajo cooperativo induce en la búsqueda de mejores formas para adaptarse al nuevo entorno laboral y optimar la competitividad”.

Es así que, “el estilo de liderazgo estratégico es un factor clave en el ambiente de trabajo e influye en el comportamiento, salud organizacional y cómo los clientes internos ven su labor con miras a mejorar la competitividad” (Chemers, 2020); y, además, “puede aportar a la estructura empresarial, a los procesos laborales, competitividad y efectividad de los equipos de trabajo y su know-how” (Montoya & Boyero, 2018).

“El liderazgo estratégico despliega y efectúa estrategias de implementación instantánea, procurando hacerlas pertinentes en un umbral de tiempo prolongado, coadyuvando con ello a la permanencia, desarrollo y viabilidad de la organización” (Rowe, 2021).

En este mundo globalizado, la competencia entre las empresas es más dinámica y complicada; por lo tanto, es preciso que se enfoquen en crear competitividad para distinguirse la competencia debido a la turbulenta competitividad empresarial, mediante acciones de liderazgo estratégico efectivo.

Bajo esta perspectiva, Borda (2022) establece que

El liderazgo empresarial es el perfil menos desarrollado, ya que las empresas a nivel mundial generalmente se quedan en un nivel básico y operativo, debido a la carencia de una figura relevante que se proyecte como líder-estratega, que asuma el reto de enfrentar los constantes desafíos, competencias

directivas y pueda guiar a sus subordinados mediante una perspectiva estratégica prospectiva, impulsando a la empresa a ser competitiva, próspera y que promueva su crecimiento.

Martínez et al (2019), basado en una investigación efectuada en 130 países donde entrevistaron a 7,000 líderes globales, encontró lo siguiente

Las organizaciones que poseen un alto desempeño y competitividad invierten entre 1.5 y 2 veces más en formar a sus líderes, con resultados del triple o cuádruple de veces mayor que de sus competidores, mejorando así su nivel y obteniendo mayor competitividad sólida y sostenible.

Con esta consideración, “el gerente está identificado con su autoconocimiento, es consciente de sus debilidades, se integra apropiadamente al equipo de trabajo, maneja eficientemente el coaching, motiva, influencia, persuade y trata apropiadamente su inteligencia emocional”. (Morillo, 2018)

Esta definición, expone factores que influyen en el estilo de liderazgo y su ocurrencia, así como la importancia para el desarrollo empresarial; puesto que, el líder debe ser directo y cercano a sus colaboradores y a la vez debe generar mayor incidencia; por lo tanto, conforme el estilo que este asuma, conseguirá los objetivos organizacionales propuestos.

De acuerdo con esta perspectiva, a decir de Chávez (2019), el liderazgo del empresario ecuatoriano, “está estructurado de acuerdo a patrones de conducta instituido por motivaciones intrínsecas y habilidades adquiridas”.

Un estudio desarrollado por Zamora (2021) y que se fundamenta en los modelos de comportamiento organizacional, establece que

El estilo de liderazgo participativo es considerado como el más relevante con el 39,53%, seguido con el 27,13%; por el estilo de liderazgo de apoyo, en tercer lugar, con el 22,48% le corresponde al estilo de liderazgo autocrático; y, finalmente con el 10,85% confluye el estilo de liderazgo paternalista. Lo cual establece que la dirección empresarial confluye en generar una percepción de camaradería o asociatividad para con los subordinados, lo cual motiva la participación activa al momento de establecer las decisiones que serán trascendentales para la empresa, generando así involucramiento y pertinencia en los colaboradores con el fin de alcanzar los objetivos empresariales propuestos.

En la actualidad, y considerando el estudio realizado por (Suárez, 2022)

El proceso administrativo que mantienen las empresas del cantón Latacunga, es

planificado de manera negativa para la mejora continua y en función de los procesos administrativos, ya que no ejercen liderazgo estratégico para mejorar los niveles competitivos ni identifican estrategias de impacto inmediato y conservación de metas a largo plazo para mejorar su crecimiento y viabilidad.

Bajo este hilo conductor, y fundamentado en una primera introspección efectuada, se pudo establecer que en la Empresa de Productos Lácteos El Ranchito, las actividades administrativas son efectuadas de forma empírica y manejada por miembros del núcleo familiar, dichas actividades no van acorde a las necesidades y cambios del entorno competitivo actual. Por lo tanto, su competitividad ha disminuido, reduciendo así la rentabilidad de la empresa.

Se evidenció alta rotación del personal, ocasionando ineficiencia en la realización de sus labores, no desarrollan capacidades, conocimientos y motivación; raras veces hay capacitaciones. No existen charlas motivacionales con miras a una eficiente ejecución de sus funciones. La empresa cuenta con un plan estratégico empírico. Es decir, sus objetivos y estrategias no responden a la realidad, crecimiento y mejora de la competitividad actual. Además, la empresa tiene una estructura funcional jerárquica, en la cual su máxima autoridad es la junta de accionistas, representada por el Presidente, que a la vez es asistido por un Gerente General, en la primera línea de mando se encuentran los gerentes departamentales, y estos a su vez tienen apoyo de los mandos medios y niveles operativos, habiendo una carencia de pertinencia fundamentada en la fraternidad y bienestar debido al egoísmo, indiferencia y apatía para hacer las cosas.

Finalmente, se establecieron los resultados y discusión con relación a las hipótesis esbozadas:  
 $H_0$ : No hay correspondencia entre el liderazgo estratégico y competitividad en la Empresa de Productos Lácteos El Ranchito.

$H_1$ : Hay correspondencia entre el liderazgo estratégico y la competitividad en la Empresa de Productos Lácteos El Ranchito.

## MATERIALES Y MÉTODOS

Inicialmente, se estableció una primera introspección de la metodología de investigación a utilizar que, de acuerdo con Romero et al (2021) es “una serie de métodos para resolver problemas cuyas soluciones necesitan ser obtenidas a través de varias operaciones lógicas, tomando como punto de partida datos objetivos”. Al ser el componente epistémico un constante exhorto para hallar el conocimiento, cada nuevo descubrimiento debe estar fundamentado en

corrientes existentes del pensamiento y tomar un posicionamiento en relación a este conocimiento. Es así que, Bernal (2018) determina que

Todo conocimiento debe estar fundamentado dentro de una indagación previa; es decir, ubicar el componente epistémico e intrínseco dentro del contexto mismo de una teoría, enfoque o escuela. Considerando imprescindible el papel del investigador, quien requiere abordar de manera explícita y específica los conceptos necesarios que va a utilizar en una investigación.

Por metodología se hace referencia al establecimiento del problema de investigación, formulación de hipótesis y objetivos, establecimiento del tamaño muestral, recolección de datos mediante un constructo determinístico y su procesamiento estadístico, análisis de resultados e interpretación de los hallazgos. Es preciso en esta parte establecer como elemento esencial el apego a la deontología investigativa ya que como establece (López, 2020)

La labor del investigador, al estar involucrada en una dinámica que apunta a la indagación y relación del componente conceptual emparejado a la realidad misma del objeto de estudio, es preciso que esta sea incontrastable en todos y cada una de sus elementos, y al ser una actividad encaminada a la búsqueda del conocimiento, obliga a mantener la veracidad investigativa de sus fases. Este requerimiento deontológico se fundamenta en el desarrollo ético de la generación de ciencia, obligando al investigador a que se ajuste a su fundamento, acción e imparcialidad.

La presente investigación se desarrolló con una modalidad enfocada en lo cuantitativo, ya que el método experimental usado, ayudó a adquirir conocimientos fundamentales y en la elección del modelo más adecuado para conocer la realidad de una manera más imparcial, debido a la recolección y análisis de datos se dio a través de conceptos emparejado a variables medibles.

De manera estructurada se pudo derivar a través de dos vertientes; por un lado, la recopilación de información y por otro lado el análisis de los datos obtenidos, lo que involucró la utilización de dos paquetes informáticos, Excel y SPSS, para poder obtener los resultados requeridos. Fue concluyente en su propósito por cuantificar y generalizar el problema para proyectarlo a una población mayor.

Se aplicó la modalidad de campo, debido a que se contó con información primaria relacionada directamente con la realidad; además, proporcionó conocimientos sobre el problema latente en Empresa de Productos Lácteos El Ranchito.

Fue realizada con el soporte de la investigación bibliográfica basada en fuentes de carácter documental. Como subtipos de esta investigación se apoyó en la investigación bibliográfica, hemerográfica y archivística; la primera basada en la revisión de libros, la segunda en artículos científicos y la tercera en documentos encontrados en la cartoteca de la empresa.

Dado esto, en la presente investigación se aplicó un constructo determinístico basado en un cuestionario que adoptó una serie de preguntas formuladas con un orden predefinido, mismas que en conjunto establecieron la relación existente entre el nivel de liderazgo estratégico y su influencia en la competitividad de la empresa, objeto de estudio.

Para el desarrollo de la investigación se aplicaron los siguientes tipos de investigación:

Fue utilizada en el presente tema la investigación exploratoria con el propósito de determinar, con la mayor confiabilidad posible, relaciones de causa- efecto entre el liderazgo y la competitividad. Por lo que, su utilización ayudó a enfatizar las características primordiales del liderazgo estratégico y competitividad generando una dinámica que coadyuve a concebir una solución al problema planteado y que se ofrezca como una herramienta investigativa inicial para próximas indagaciones sobre esta temática.

La investigación descriptiva fue de utilidad para puntualizar todos los factores esenciales y principales inmersos en la investigación ya que se fundamentó en el método de análisis debido al ordenamiento, agrupación y sistematización de los factores inmersos en el estudio, logrando así caracterizar el estudio como es el liderazgo, frente a la competitividad en la Empresa de Productos Lácteos El Ranchito.

La población utilizada fue finita y censal, ya que se conocía el total de individuos estudiados, conformado por 35 colaboradores correspondientes al personal administrativo y de trabajadores de la Empresa de Productos Lácteos El Ranchito.

Por lo tanto, la muestra “estuvo compuesta por la totalidad de la población, considerando a esta como el grupo de referencia a ser estudiado” (Icart, Fuentelsaz, & Pulpón, 2016).

Como instrumentos de investigación se utilizó la encuesta o constructo determinístico, debido a que coadyuvó en la obtención de información que pudo ser procesada y sistematizada. “Es una técnica que ayuda a obtener información relativa de la muestra” (García, 2017).

“El constructo determinístico es una herramienta que a través de un cuestionario estructurado genera derivaciones hacia los sujetos a investigar y que sirvió de soporte para probar la hipótesis” (Rodríguez & Gil, 2018)

Se realizó un constructo de 30 preguntas, generadas por un clasificador de orden de datos para establecer el grado de diferenciación entre las dos variables de estudio y, a la vez establecer paralelismos para entre las variables.

Las variables de estudio X1 Liderazgo Estratégico que según, Luna (2021), “son acciones determinables al liderazgo estratégico que contribuyen al uso de estrategias de la organización, las cuales interactúan entre sí” (p. 248). La variable X2 Competitividad que, según Ferraz, Kupfer & Hagenauer (2016), “es la cualidad que posee una empresa para establecer y efectuar estrategias competitivas que ayuden en el mantenimiento e incremento sostenible de su target de mercado”.

El constructo determinístico fue una encuesta aplicada a los empleados y trabajadores de la Empresa de Productos Lácteos El Ranchito, el levantamiento de la información se desarrolló de manera personal al interior de las instalaciones de la empresa y su temporalidad se estableció en el período comprendido entre la segunda semana de mayo y la primera de junio de 2023.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el proceso investigativo, al desarrollar el planteamiento del problema, se identificó dos variables, mismas que fueron analizadas en sus componentes para inferir su composición conceptual, y que se advierte están en consonancia con la pregunta científica esgrimida y los objetivos establecidos para la investigación. Para lo cual se procedieron a desarrollar cuatro procesos estructurados y secuenciados con el afán de establecer la relación existente entre el liderazgo estratégico y su influencia en la competitividad de la empresa sujeta a investigación:

### 1. Operacionalización de las variables

Es en esta parte donde resultó necesario desglosar y relacionar las variables y dimensiones que fueron analizadas y utilizadas, y a la vez se pudo advertir que estas variables fueron susceptibles a ser cuantificadas y a la vez se pudo obtener una medición real del liderazgo estratégico y la competitividad empresarial, que es el fenómeno que se investigó.

**Tabla 16.** Matriz de operacionalización de las variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS		INSTRUMENTO	ESCALA
			POSICION EN INSTRUMENTO	Nº		
X1 Liderazgo estratégico	Determinación del curso estratégico	Misión	1	1	CUESTIONARIO TIPO LIKERT	ORDINAL
		Visión	2	1		
		Objetivos	3,4	2		
		Estrategias	5	1		
		Foda	6	1		
	Desarrollo de competencias	Capacidades	7	1		
		Habilidades	8	1		
		Finanzas	9	1		
	Controles estratégicos	Cientes	10	1		
		Procesos	11	1		
		Crecimiento	12	1		
	Administración de recursos	Físicos	13	1		
		Tecnológicos	14	1		
		Humano	15	1		
	X2 Competitividad	Capacidades valiosas	Fortalezas	16,17		
Amenazas			18,19	2		
Capacidades singulares		Diferenciación	21,21	2		
		Atención al cliente	22	1		
Capacidades costosas de imitar		Posicionamiento	13,24,25	3		
		Recursos humanos	26,27	2		
Capacidades insustituibles	Sustitutos	28,29,30	3			

## 2. Prueba de contrastación de hipótesis

Para contrastar la hipótesis general, fue preciso utilizar el coeficiente de correlación Rho de Spearman, que a decir de Santander y Ruiz (2019) “asocia la linealidad de las variables a través de rangos y parámetros específicos con la finalidad de generar comparaciones”.

El beneficio de utilizar la correlación de Spearman según Martínez et al (2019) es que “contribuye con parámetros cuantitativos en un momento determinado de la investigación con el afán de inferir la relacionalidad de dos variables, tomando como punto de inicio para la generación de pronósticos y predicciones” y sirvió para establecer la relación entre el liderazgo estratégico y la competitividad.

**Tabla 17.** Grado de relación según coeficiente de correlación

Rango	Relación
-0.91 a -1.00	Correlación perfecta negativa
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0,00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.75 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

En este caso  $\rho$  de Spearman fue tomado como un preceptor ya que relaciona y compara la linealidad entre parámetros basado en rangos y estructuras. Este coeficiente se lo utilizó debido a que el número de observaciones (n) que se asoció fue pequeño (menor de 30).

Adicionalmente, se pudo inferir el nivel de asociatividad existente entre las variables sujetas a estudio, ya que con  $\rho$  de Spearman fue posible establecer el nivel de dependencia o independencia de las dos variables aleatorias.

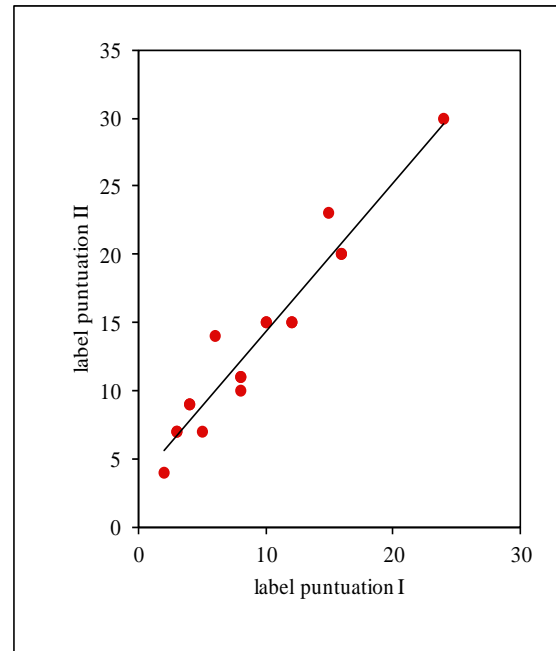
Dado que el valor calculado de  $r_s = 0,965$  está dentro del rango de correlación positiva perfecta, con un nivel de significancia  $\alpha = 0.05$ , se acepta la hipótesis nula esbozada que establece que  $H_0$ : Actualmente no hay correspondencia entre el liderazgo estratégico y competitividad en la Empresa de Productos Lácteos El Ranchito.

**Tabla 18.** Rho de Spearman análisis de la operacionalización de las variables

Variable	labels (options) ↓	↓ label puntuation I ↓	↓ label puntuation II ↓
Determinación del curso estratégico	Bajo	6	14
	Medio	15	23
	Alto	24	30
Desarrollo de competencias	Bajo	2	4
	Medio	5	7
	Alto	8	10
Controles estratégicos	Bajo	4	9
	Medio	10	15
	Alto	16	20
Administración de recursos	Bajo	3	7
	Medio	8	11
	Alto	12	15
Capacidades valiosas	Bajo	4	9
	Medio	10	15
	Alto	16	20
Capacidades singulares	Bajo	3	7
	Medio	8	11
	Alto	12	15
Capacidades costosas de imitar	Bajo	5	11
	Medio	12	18
	Alto	19	25
Capacidades insustituibles	Bajo	3	7
	Medio	8	11
	Alto	12	15

**Spearman's rho:** 0,965  
**degrees of freedom:** 22  
**P-value:** 2,54E-14

3	0,8	0,9	1	1	1,01	1,01
4	0,66	0,83	0,89	0,94	1	1,01
5	0,57	0,71	0,79	0,89	0,93	1
6	0,52	0,64	0,74	0,83	0,88	0,95
7	0,48	0,6	0,7	0,78	0,83	0,92
8	0,46	0,56	0,65	0,75	0,79	0,88



### 3. Validación del constructo utilizado

Se desarrollaron dos abordajes de validación, de acuerdo a la prognosis dada por Chán, Goded, & Sacaluga (2018), “el primero, se generó con la aplicación del método de expertos que valida contenidos epistémicos y segundo un estudio piloto que permitió evaluar la validez estadística del instrumento”.

El análisis de concordancia entre expertos para determinar la validez de contenido fue realizado mediante la Técnica V de (Aiken, 1985) “técnica que busca cuantificar el acuerdo entre expertos considerando como un indicador importante el promedio de calificaciones ( $X$ ), pero toma en cuenta además la calificación mínima posible ( $l$ ) y el rango de calificaciones posibles ( $k = máx - mín$ )”. El valor de la V de Aiken puede oscilar entre cero y la unidad, y mientras más próximo se encuentre a uno, se infiere que el acuerdo entre los jueces es mayor; y, por tanto, la evidencia de validez de contenidos es mayor. No obstante, como cualquier estadístico, la V de Aiken está influida por el error muestral, por lo cual fue necesario establecer el rango de posibles valores que asumiría el parámetro.

El constructo determinístico inicialmente fue una encuesta aplicada a los empleados y trabajadores de la Empresa de Productos Lácteos El Ranchito, el levantamiento de la información se desarrolló de manera personal al interior de las instalaciones de la empresa y su temporalidad como ya se mencionó, fue desarrollado entre la segunda semana de mayo y la primera de junio de 2023.

Así también, fue validado por tres expertos en el área académica y evaluación, que además cuentan con experiencia en la realización de valoraciones, con formación académica de maestría mismos que son docentes de la Universidad Técnica de Cotopaxi, dando un nivel de validez para el liderazgo estratégico del 0,866% y para la competitividad del 0,870%; de igual manera, la prueba piloto pasó un análisis de confianza a través de la aplicación de Alfa de Cronbach del 0,894%, concatenando estos abordajes se estableció un nivel de confiabilidad promedio del 0,880% del instrumento.

### 4. Prueba de normalidad de los resultados

Bajo estos resultados y referenciando la prueba de normalidad, en donde:

H0: La distribución de la muestra es normal.

H1: La distribución de la muestra no es normal.

Sig T: 0.05; Nivel de confianza; 95%; 1.96

Se considera la regla decisional

Si Sig. E < Sig. T, entonces, se rechaza H0.

Si Sig. E > Sig. T, entonces, se acepta H0

**Tabla 19. Prueba de normalidad**

Shapiro-Wilk			
	Estadístico	Gf	Sig.
Liderazgo estratégico	,747	35	,000
Ventaja competitiva	,718	35	,000

Como se muestra en la Tabla 4, se utilizó la prueba Shapiro-Wilk debido a que, al analizar la muestra, y ajustándose al postulado teórico respectivo, se advirtió que estuvo compuesta por una muestra menor a 50 elementos. Basado en este precepto se toma la decisión: Sig (p valor) >  $\alpha$ : No rechazar H0 (normal). Donde  $\alpha$  representa la significancia, que en este estudio es igual al 5% (0,05), los resultados encontrados fueron: Sig E=.000 < Sig.T= 0.05; ; de esta manera y frente a esta perspectiva, se procedió a rechazar H<sub>0</sub> y se derivó en la aceptación de H<sub>1</sub>, debido a que el nivel obtenido tras correr el programa SPSS es menor al nivel de significancia, considerando que el muestreo utilizado no se ajusta a los patrones de normalidad, se procedió con la utilización del coeficiente de Spearman para realizar y aprobar la prueba de hipótesis.



**Tabla 20. Prueba de hipótesis**

Ventaja competitiva			Liderazgo estratégico		
Rho de Spearman	de	Ventaja competitiva	Coefficiente de correlación	de	1.000
			Sig. (bilateral)		,804**
			N	35	35
		Liderazgo estratégico	Coefficiente de correlación	de	,804**
			Sig. (bilateral)		.000
			N	35	35

Es así que, al efectuar la interrelación del valor del coeficiente de correlación Rho de Spearman en la Tabla 5, es de ,804\*\* al contrastarlo con la tabla de interpretación de este coeficiente establece que la correlación de las variables es positiva perfecta; por lo tanto, finalmente se indica que las dos variables se encuentran considerablemente correlacionadas y debido a que Rho de Spearman es positiva el liderazgo estratégico si influye en la competitividad de la Empresa de Productos Lácteos El Ranchito, debido a que los valores cercanos a +1.0 indican la existencia de una fuerte asociación entre las clasificaciones; es decir, que en si se acoge el liderazgo estratégico para el manejo de la empresa, a medida que este aumente, también lo hará la competitividad.

### CONCLUSIONES

Al haber salido un valor de Rho de Spearman positivo considerable de 0,965; se determinó que existe correlación de las variables de forma positiva perfecta entre el liderazgo estratégico y la competitividad y que este modelo de liderazgo influye en la competitividad, por lo que esta manera de dirigir empresas deberá ser aplicado en Productos Lácteos El Ranchito, para mejorar su competitividad frente a su entorno.

Así también, se pudo determinar que existe relación el liderazgo estratégico y la ventaja competitiva en la Empresa Productos Lácteos El Ranchito, con un coeficiente de Rho de Spearman positiva considerable de ,804\*\*; siendo una correlación positiva muy fuerte, habría una relación incremental entre el liderazgo estratégico, y cuyo efecto directamente proporcional ocurriría con su competitividad.

### LITERATURA CITADA

- Aiken, L. (1985). Three coefficients for analyzing the reliability and validity of ratings. *Educ Psychol Means*, 45(1):131-42.
- Bernal, C. (2018). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Pearson Educación.
- Borda, L. (2022). *Liderazgo de alto impacto en tiempos de cambio*. San José de Costa Rica: Incae.
- Cardona, P., & Chinchilla, N. (2018). Intrategia. En búsqueda del alto rendimiento y de la supervivencia a largo plazo. *Harvard Deusto Bussines Riview*, 36-41.
- Chán, M., Goded, P., & Sacaluga, C. (2018). Validación de cuestionario para Caracterización del Perfil Docente (CAPED) de la Universidad Tecnológica ECOTEC. *Revista Espacio*, 18-39.
- Chávez, M. (2019). *La Influencia del Liderazgo en el Clima Organizacional, Análisis de la PYME Ecuatoriana*. Quito: UASB.
- Chemers, M. (2020). Leadership research and theory: a functional integration. *Leadership*, 27-43.
- Costa, S., & al, D. P. (2015). *Percepción de innovación en las organizaciones*. España.
- Ferraz, J., Kupfer, D., & Hagenauer, L. (2016). *El desafío competitivo para la industria brasileña*. Sao Paulo: Cepal Review.
- García, P. (2017). *Metodología de la investigación*. México: Ediciones Larousse.

- González, J. (2018). Diseño y validación de un instrumento para evaluar el impacto de los proyectos formativos en educación básica en México. *Atlante: Cuadernos de Educación y desarrollo*, 2-19.
- Hernandez, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Mc. Graw Hill.
- Hidalgo, L. (2018). Confiabilidad y validez en el contexto de la investigación y evaluación cualitativas. *Sinopsis Educativa. Revista venezolana de investigación*, 225-243.
- Icart, M., Fuentelsaz, C., & Pulpón, A. (2016). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina*. Barcelona: Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Levy-Levoyer, C. (2018). *Gestión de las competencias: cómo analizarlas, cómo evaluarlas y cómo desarrollarlas*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- López, N. (2020). *Deontología*. Pamplona: Universidad de Navarra.
- Luna, F. (2021). *Liderazgo estratégico: rasgos clave y cómo desarrollarlos*. México: Prentice-Hall.
- Martínez, R., Tuya, L., Martínez, M., Pérez, A., & Cánovas, A. (2019). El coeficiente de correlación de los rangos de Spearman. Caracterización. *Revista Habanera de Ciencias Médicas*.
- Montoya, C., & Boyero, M. (2018). El recurso humano como elemento fundamental para la gestión de calidad y la competitividad organizacional. *Visión de Futuro*, 1'20.
- Morillo, M. (2018). Gerenciamiento, cuando el liderazgo marca la diferencia. *Revista EKOS: Pymes, La pequeña y mediana empresa en el Ecuador*, p. 35.
- Neill, D., & Cortez, L. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*. Machala: Ediciones UTMACH.
- Pearce, C., & Barkus, B. (2018). The Future of Leadership: Combining Vertical and Shared Leadership to Transform Knowledge Work. *The Academy of Management Executive*, 47-59.
- Rodríguez, G., & Gil, J. (2018). *Metodología de la investigación cualitativa*. Granada: Ediciones Aljibe.
- Romero, R., Real, J., Ordoñez, J., Gavino, G., & Saldarriaga, G. (2021). *Metodología de la Investigación*. Quito: Edicumbres Editorial Corporativa.
- Rowe, W. (2021). Creating wealth in organizations: The role of strategic leadership. *The Academy of Management Executive*, 81-94.
- Santander, A., & Ruiz, R. (2019). *Relación entre variables cuantitativas*. Habana: Editorial ECIMED.
- Suárez, A. (2022). *Gestión estratégica y su relación con la competitividad de las empresas del cantón Latacunga*. La Libertad: UPSE.
- Whetten, D., & Cameron, K. (2019). *Desarrollo de habilidades directivas*. México: P. H. Pearson, Ed.
- Zamora, G. (2021). *Caracterización de la PYME en la Industria Manufacturera del Distrito Metropolitano de Quito*. Quito: Centro de Publicaciones PUCE.