

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

RELACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS DEL CANTÓN AZOGUES-ECUADOR

PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

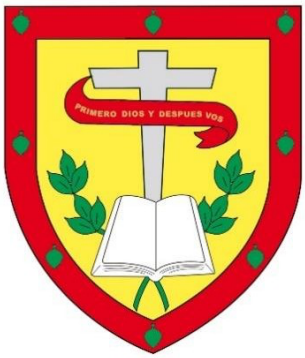
AUTOR: ALBERTO SEBASTIÁN MATOVELLE CARANGUI

DIRECTOR: XAVIER AUGUSTO MANTILLA CRESPO

AZOGUES – ECUADOR

2026

DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

RELACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y LA

COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS DEL CANTÓN AZOGUES-ECUADOR

PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR: ALBERTO SEBASTIÁN MATOVELLE CARANGUI

DIRECTOR: XAVIER AUGUSTO MANTILLA CRESPO

AZOGUES – ECUADOR

2026

DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO

Declaratoria de Autoría y Responsabilidad

Alberto Sebastian Matovelle Carangui portador de la cédula de ciudadanía Nº 0302839832. Declaro ser el autor de la obra: **"Relación de la planificación estratégica y la competitividad de las empresas del cantón Azogues-Ecuador"**, sobre la cual me hago responsable sobre las opiniones, versiones e ideas expresadas. Declaro que la misma ha sido elaborada respetando los derechos de propiedad intelectual de terceros y eximo a la Universidad Católica de Cuenca sobre cualquier reclamación que pudiera existir al respecto. Declaro finalmente que mi obra ha sido realizada cumpliendo con todos los requisitos legales, éticos y bioéticos de investigación, que la misma no incumple con la normativa nacional e internacional en el área específica de investigación, sobre la que también me responsabilizo y eximo a la Universidad Católica de Cuenca de toda reclamación al respecto.

Azogues, 13 de Noviembre de 2026

F: .....

Alberto Sebastian Matovelle Carangui

C.I. **0302839832**

Universidad Católica de Cuenca

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS

Ing. Xavier Mantilla Crespo, MBA.

DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

De mi consideración:

Certifico que el presente trabajo de titulación denominado**: "Relación de la planificación estratégica y la competitividad de las empresas del cantón Azogues-Ecuador",** realizado por: **Alberto Sebastian Matovelle Carangui**, con documento de identidad: **0302839832,** previo a la obtención del título de **Licenciado en Administración de Empresas** ha sido asesorado, orientado, revisado y supervisado durante su ejecución, bajo mi tutoría en todo el proceso, por lo que certifico que el presente documento, fue desarrollado siguiendo los parámetros del método científico, se sujeta a las normas éticas de investigación que exige la Universidad Católica de Cuenca, por lo que está expedito para su presentación y sustentación ante el respectivo tribunal.

Azogues, noviembre 16 de 2026

Ing. Xavier Mantilla Crespo, MBA
CI: 0301252748
DIRECTOR

Agradecimiento

A mis padres, por ser mi mayor apoyo durante este camino, por sus sacrificios, sus consejos y por enseñarme que, con esfuerzo y perseverancia, los sueños se pueden alcanzar. Gracias por confiar en mí incluso en los momentos más difíciles y por ser mi motivación para seguir adelante.

A la Universidad Católica de Cuenca, por abrirme sus puertas y brindarme la oportunidad de crecer tanto personal como profesionalmente. A mis profesores, por compartir sus conocimientos, su experiencia y por dejar enseñanzas que llevaré conmigo a lo largo de mi vida.

A todos quienes formaron parte de esta etapa, mi más sincero agradecimiento, porque cada palabra de aliento y cada enseñanza contribuyeron a alcanzar esta meta.

Dedicatoria

Dedico este logro, con todo mi amor, a mis padres, quienes han sido mi fuerza, mi inspiración y mi ejemplo de vida. Por cada sacrificio que hicieron en silencio, por cada esfuerzo para darme lo mejor y por nunca soltar mi mano cuando el camino se volvió difícil. Este triunfo no es solo mío, también es de ustedes, porque detrás de cada paso que he dado siempre ha estado su amor incondicional.

A mis hermanos, por ser parte fundamental de mi vida, por su cariño, su compañía y por motivarme a seguir adelante.

Hoy culmino una etapa llena de esfuerzo, aprendizajes y desafíos, con la felicidad de saber que este logro lleva un pedacito de cada uno de ustedes. Porque más que un título, este es el fruto de todo el amor y apoyo que me han brindado.

Relación de la planificación estratégica y la competitividad de las empresas del cantón Azogues-Ecuador

Resumen

La planificación estratégica y la competitividad empresarial constituyen aspectos relevantes para la gestión de las organizaciones. Su relación requiere ser examinada en contextos empresariales locales. Determinar la relación entre la planificación estratégica y la competitividad empresarial en las empresas del cantón Azogues, Ecuador. Se desarrolló una investigación cuantitativa, con diseño no experimental, transversal y alcance descriptivo-correlacional. La población estuvo conformada por 385 empresas activas, de las cuales se seleccionó una muestra aleatoria simple de 193 empresas. Se aplicó un cuestionario estructurado de 32 ítems con escala Likert de cinco puntos. La validez de contenido se evaluó mediante la V de Aiken (0,93–1,00) y la consistencia interna mediante el alfa de Cronbach (0,931–0,952). Los datos se analizaron en SPSS versión 27, utilizando estadística descriptiva, la prueba de Kolmogórov-Smirnov y la correlación de Spearman**.** Se obtuvo una correlación de Spearman de $\rho = 0{,}016$ ($p = 0{,}829$), sin significación estadística. Asimismo, ninguna de las 16 asociaciones entre las dimensiones examinadas presentó significación estadística. Bajo las condiciones y mediciones utilizadas, no se encontró evidencia estadística suficiente para respaldar una asociación entre la planificación estratégica y la competitividad empresarial. Los resultados aportan evidencia empírica para futuras investigaciones en el contexto empresarial local.

Palabras clave: planificación estratégica, competitividad empresarial, empresas, Azogues, Ecuador

The Relationship Between Strategic Planning and Business Competitiveness in Companies in the Canton of Azogues, Ecuador

ABSTRACT

Strategic planning and business competitiveness are relevant aspects of organizational management. Their relationship needs to be examined within local business contexts. To determine the relationship between strategic planning and business competitiveness among companies in the canton of Azogues, Ecuador. A quantitative study was conducted using a non-experimental, cross-sectional design with a descriptive-correlational scope. The study population consisted of 385 active companies, from which a simple random sample of 193 companies was selected. A structured 32-item questionnaire using a five-point Likert scale was administered. Content validity was assessed using Aiken's V coefficient (0.93–1.00), while internal consistency was evaluated using Cronbach's alpha (0.931–0.952). Data were analyzed using SPSS version 27, employing descriptive statistics, the Kolmogorov–Smirnov test, and Spearman's rank-order correlation. A Spearman correlation coefficient of $\rho = 0.016$ ($p = 0.829$) was obtained, indicating no statistically significant relationship. Furthermore, none of the 16 associations examined between the dimensions showed statistical significance. Under the conditions and measurement procedures employed in this study, insufficient statistical evidence was found to support an association between strategic planning and business competitiveness. These findings provide empirical evidence for future research in the local business context.

Keywords: strategic planning, business competitiveness, companies, Azogues, Ecuador

ÍNDICE

Introducción 1

Marco teórico 4

- **Teoría Basada en Recursos** 4
- **Teoría de la Ventaja Competitiva** 5
- **Enfoque de la Planificación estratégica** 6
  - **Dimensiones de la planificación estratégica** 7
    - **Direccionamiento estratégico** 7
    - **Formulación de estrategias** 7
    - **Implementación estratégica** 8
    - **Evaluación y control** 9
    - **Competitividad** 9
  - **Dimensiones de la competitividad** 10
    - **Productividad** 10
    - **Innovación** 11
    - **Posicionamiento competitivo** 11
    - **Resiliencia Competitiva** 12

Metodología 14

- **Enfoque, diseño y alcance de la investigación** 14
- **Población** 15
- **Muestreo** 15
- **Muestra** 16
- **Fórmula para poblaciones finitas** 16
- **Significado de los componentes** 16
- **Sustitución de valores** 16
- **Operacionalización de variables** 17
- **Técnicas e instrumento de recolección de datos** 19
- **Validación de contenido del instrumento** 19

Prueba piloto **20**
Confiabilidad del instrumento **20**
Análisis estadístico **22**
Resultados **22**
Caracterización de la muestra **23**
Pruebas de normalidad **25**
Discusión **28**
Conclusiones **30**
Referencias **31**

Introducción

En Ecuador, las empresas participan en distintas actividades productivas y constituyen una fuente importante de empleo. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2026), el Registro Estadístico de Empresas (REEM) contabilizó 1.204.276 empresas y 2.983.089 plazas de empleo en 2025. Estos datos muestran la dimensión del sector empresarial ecuatoriano, en el que conviven organizaciones de diversos tamaños y actividades económicas. Considerando esta diversidad, el estudio de la planificación estratégica y la competitividad empresarial resulta relevante para comprender aspectos de la gestión de las empresas.

La planificación estratégica permite a las empresas definir sus objetivos y organizar las acciones necesarias para alcanzarlos. Este proceso comprende el análisis del entorno, la formulación de estrategias, su implementación y posterior evaluación (David y David, 2017). En Ecuador, Sumba-Bustamante et al. (2020) señalan que la planificación estratégica contribuye a orientar las actividades empresariales y a relacionar las decisiones de la organización con sus objetivos. Por otra parte, la competitividad empresarial abarca elementos como la productividad, la innovación y el posicionamiento en el mercado (Porter, 2008). Si bien ambos conceptos mantienen una relación desde el punto de vista teórico, es necesario estudiar mediante evidencia empírica si existe una asociación entre ellos y cuál es su magnitud en un contexto empresarial determinado.

En el contexto regional, Aguilar Aguilar (2023) desarrolló una investigación sobre la planificación estratégica y la competitividad en pequeñas y medianas empresas dedicadas a los servicios turísticos en Cuenca. Este estudio constituye un antecedente para la presente investigación, debido a que aborda las mismas variables dentro del entorno empresarial ecuatoriano. Sin embargo, al

centrarse exclusivamente en empresas de un sector específico, sus resultados no pueden extenderse directamente a organizaciones de otros tamaños y actividades económicas. Por esta razón, se considera pertinente examinar ambas variables en un contexto empresarial más amplio, como el cantón Azogues, sin asumir que los resultados obtenidos en Cuenca necesariamente se repitan.

En el cantón Azogues se han realizado estudios que permiten conocer diferentes aspectos de la competitividad empresarial. Camacho Calero (2022) investigó el uso de plataformas digitales en pequeñas y medianas empresas del cantón, considerando aspectos como el acceso a internet, la utilización de redes sociales, la inversión en tecnologías de información y las herramientas de comercio electrónico. Su investigación identificó la digitalización como un elemento relacionado con la sostenibilidad de estas organizaciones. Por otra parte, Salamea Pesántez (2025) evaluó la competitividad de 28 microempresas comerciales de Azogues a partir de ocho dimensiones del modelo de observatorio empresarial de la UTPL. Los resultados mostraron un nivel medio-alto de competitividad, aunque también se identificaron aspectos que requieren mejoras, especialmente en gestión ambiental, talento humano, marketing y gestión contable financiera.

Ortega Flores et al. (2021) estudiaron las características y la situación de empresas de distintos tamaños en el cantón Azogues y analizaron su participación en el desarrollo económico local. Este antecedente es importante porque muestra que la estructura empresarial del cantón incluye una variedad de organizaciones, lo que significa que su análisis no puede restringirse solo a las MiPymes o a un sector económico específico. Sin embargo, dicha investigación se centró en el desarrollo económico local y no tuvo como propósito examinar la asociación entre planificación estratégica y competitividad empresarial.

Al revisar los antecedentes, se observa que los estudios realizados en el cantón Azogues han puesto su atención en temas como la digitalización de las empresas, la competitividad de las

microempresas comerciales y el papel de las empresas en el desarrollo económico local. Sin embargo, entre los estudios identificados no se encontró evidencia de investigaciones correlacionales que examinen conjuntamente la planificación estratégica y la competitividad en empresas activas de diferentes tamaños y sectores económicos del cantón. Ante esta falta de información, la presente investigación tiene como objetivo analizar la dirección y la magnitud de la relación entre estas dos variables, sin asumir que necesariamente exista una conexión estadísticamente significativa.

Los resultados pueden constituir un antecedente para futuras investigaciones sobre gestión estratégica y competitividad empresarial en el contexto local, así como proporcionar información de referencia para el análisis de estas variables. Su alcance se limita a la identificación de asociaciones estadísticas, sin establecer relaciones causales ni atribuir efectos de la planificación estratégica sobre el desempeño empresarial.

En consecuencia, el objetivo general de esta investigación es determinar la relación entre la planificación estratégica y la competitividad de las empresas del cantón Azogues, Ecuador. En línea con este objetivo, se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿De qué manera la planificación estratégica se relaciona con la competitividad de las empresas del Cantón Azogues-Ecuador? En función de lo mencionado, se proponen las siguientes hipótesis de investigación, las cuales serán contrastadas mediante un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental y un análisis estadístico de tipo correlacional.

Hipótesis nula (H_0):

No existe una relación estadísticamente significativa entre planificación estratégica y la competitividad de las empresas del cantón Azogues, Ecuador.

Hipótesis de investigación (H_1):

Existe una relación estadísticamente significativa entre la planificación estratégica y la competitividad de las empresas del cantón Azogues, Ecuador.

Marco teórico

Teoría Basada en Recursos

La teoría basada en recursos constituye un enfoque fundamental para comprender las diferencias en el desempeño y la competitividad de las organizaciones a partir de sus recursos y capacidades internas. Barney (1991) sostiene que los recursos empresariales pueden constituir fuentes de ventaja competitiva sostenible cuando presentan características de valor, rareza, dificultad de imitación y ausencia de sustitutos estratégicamente equivalentes. Desde esta perspectiva, las diferencias entre las empresas pueden analizarse considerando los recursos que poseen y las condiciones que permiten aprovecharlos en sus actividades organizacionales.

Pereira y Bamel (2021) analizan el papel que cumplen los recursos y las capacidades dentro de las organizaciones, con especial atención al conocimiento y las competencias que estas desarrollan. Por su parte, Monson (2024) estudia la importancia de los recursos estratégicos, tanto tangibles como intangibles, en la gestión empresarial. Desde esta perspectiva, contar con determinados recursos no asegura que una empresa alcance una posición competitiva favorable. También es necesario considerar cómo los administra, aprovecha y adapta a las condiciones del entorno en el que desarrolla sus actividades.

La teoría basada en recursos también contribuye a explicar el papel de la planificación estratégica en la gestión empresarial. A partir de este enfoque, es posible analizar cómo las organizaciones reconocen los recursos con los que cuentan, definen sus prioridades y toman decisiones orientadas al logro de sus objetivos. Según David y David (2017), la gestión estratégica incluye la

formulación, implementación y evaluación de estrategias, procesos que permiten organizar las actividades y los recursos empresariales. Desde esta perspectiva, la teoría basada en recursos ofrece una base conceptual para estudiar la posible relación entre la planificación estratégica y la competitividad, aunque esto no significa que dicha asociación deba presentarse con la misma intensidad o alcanzar significación estadística en todas las organizaciones.

Teoría de la Ventaja Competitiva

La teoría de la ventaja competitiva permite explicar de qué manera las empresas pueden desarrollar estrategias para diferenciarse y alcanzar una posición favorable dentro del mercado. De acuerdo con Porter (2008), el análisis de la posición competitiva requiere considerar tanto las características del sector en el que participa la organización como las decisiones estratégicas que toma para generar valor. Bajo este planteamiento, la competitividad empresarial comprende aspectos relacionados con el reconocimiento de oportunidades, el aprovechamiento de los recursos disponibles y la elección de estrategias que respondan a las condiciones del entorno.

Porter (2008) plantea tres estrategias clave para competir en el mercado: diferenciación, liderazgo en costos y enfoque. La estrategia de diferenciación se centra en ofrecer productos o servicios que tengan características únicas y que sean valoradas por los clientes, lo que ayuda a que se destaquen entre la competencia. Por otro lado, el liderazgo en costos implica que la empresa organice sus operaciones de tal manera que pueda mantener una estructura de costos más baja que la de sus rivales. Finalmente, la estrategia de enfoque se concentra en un segmento específico del mercado. La elección de una de estas estrategias depende de los recursos y capacidades de cada organización, así como de las particularidades del sector en el que opera, y puede influir en las decisiones sobre su posicionamiento competitivo.

En el ámbito de la planificación estratégica, la teoría de la ventaja competitiva proporciona fundamentos para comprender la importancia del análisis del entorno, la definición de objetivos y la selección de estrategias empresariales. A través de este proceso, las organizaciones pueden explorar alternativas competitivas considerando sus recursos y condiciones sectoriales. Sin embargo, tener una estrategia y ponerla en práctica no garantiza automáticamente que se logren resultados competitivos positivos, ya que también influyen factores internos de la organización y del entorno empresarial. Este enfoque contribuye a fundamentar el estudio de la asociación entre la planificación estratégica y la competitividad empresarial en las empresas del cantón Azogues.

Enfoque de la Planificación estratégica

La planificación estratégica es un proceso clave que ayuda a las organizaciones a definir su rumbo, analizar los factores internos y externos que afectan sus operaciones y trazar estrategias para alcanzar sus metas. Según David y David (2017), la gestión estratégica se lleva a cabo en tres etapas principales: formulación, implementación y evaluación de estrategias. Estas etapas son fundamentales para organizar las decisiones de la empresa y decidir cómo aprovechar al máximo los recursos disponibles. Así, la planificación estratégica no solo apoya la coordinación de las actividades empresariales, sino que también facilita la adaptación de las organizaciones a los cambios que surgen en su entorno.

En el ámbito empresarial, la planificación estratégica ayuda a establecer las prioridades de una organización y a identificar las alternativas que pueden considerarse al momento de tomar decisiones. Sumba-Bustamante et al. (2020) destacan la importancia de este proceso para definir objetivos y plantear estrategias que orienten las actividades de las empresas. Su análisis permite conocer cómo las organizaciones planifican su trabajo y desarrollan sus prácticas de gestión de acuerdo con sus necesidades. No obstante, contar con una planificación estratégica no asegura que

una empresa alcance un desempeño competitivo favorable, puesto que también intervienen otros factores internos y externos.

Dimensiones de la planificación estratégica

Direccionamiento estratégico

El direccionamiento estratégico permite establecer la orientación que seguirá una empresa en el desarrollo de sus actividades. En esta etapa se definen la misión, la visión, los objetivos y las metas que expresan los propósitos de la organización. Según David y David (2017), estos elementos constituyen una guía para las decisiones empresariales, ya que ayudan a identificar lo que se pretende alcanzar. De esta manera, las empresas pueden establecer sus prioridades y organizar el trabajo de sus integrantes en función de los objetivos que se han propuesto.

Aunque el direccionamiento y la formulación estratégica forman parte de la planificación, cada uno cumple una función específica. El direccionamiento se ocupa de establecer los propósitos de la empresa y definir hacia dónde se orientarán sus actividades. Por su parte, la formulación estratégica se centra en examinar la situación interna de la organización, analizar las condiciones del entorno y elegir las estrategias que se consideran adecuadas para cumplir los objetivos. Por esta razón, ambos componentes se complementan: uno establece la orientación general de la empresa y el otro permite determinar las alternativas para avanzar hacia los resultados esperados.

Formulación de estrategias

La formulación estratégica es una fase clave en la planificación donde las empresas analizan su situación interna y las condiciones externas para identificar las acciones que les ayudarán a alcanzar sus metas. Según David y David (2017), este proceso implica reconocer las fortalezas y debilidades de la organización, así como las oportunidades y amenazas que existen en su entorno. A partir de este análisis, las empresas pueden evaluar distintas alternativas estratégicas y

seleccionar aquellas que respondan a sus características y a las circunstancias en las que desarrollan sus actividades.

Mediante la formulación estratégica, las organizaciones pueden examinar los recursos con los que cuentan, conocer las condiciones del mercado e identificar situaciones que favorezcan o dificulten el desarrollo de sus actividades. Este proceso proporciona información para elegir estrategias relacionadas con los objetivos y las prioridades establecidos durante el direccionamiento estratégico. Sin embargo, la selección de una estrategia no asegura que se alcancen los resultados esperados, puesto que su cumplimiento también depende de las condiciones en las que se lleve a cabo y de otros factores que intervienen en la gestión empresarial.

Implementación estratégica

La implementación estratégica es la fase en la que las empresas llevan a cabo las estrategias que fueron definidas durante la formulación. Para ello, es necesario distribuir los recursos disponibles, organizar las actividades y establecer las responsabilidades de quienes participan en su ejecución. De acuerdo con David y David (2017), esta etapa requiere la intervención de los miembros de la organización y una adecuada coordinación de los recursos para desarrollar las acciones que se han planificado.

En la práctica, la implementación estratégica involucra la comunicación entre los integrantes de la empresa, la organización de las tareas y la supervisión de las actividades establecidas. Durante esta etapa, las decisiones estratégicas se traducen en actividades operativas, asignación de responsabilidades y mecanismos de coordinación organizacional. Su ejecución está condicionada por la disponibilidad de recursos, las capacidades internas y las circunstancias específicas de cada empresa.

Evaluación y control

Una vez que las estrategias han sido implementadas, las empresas necesitan revisar su desarrollo y comprobar si los resultados obtenidos corresponden con los objetivos que se plantearon inicialmente. Esta tarea se realiza mediante la evaluación y el control estratégico, procesos que permiten dar seguimiento a las actividades ejecutadas. David y David (2017) identifican tres acciones fundamentales dentro de la evaluación estratégica: examinar los cambios en los factores internos y externos, analizar el desempeño de la organización y establecer medidas correctivas cuando se presentan diferencias entre los resultados esperados y los alcanzados.

La información obtenida durante la evaluación y el control estratégico permite a las empresas conocer cómo avanzan sus actividades y determinar si es necesario revisar las decisiones adoptadas. Cuando se identifican dificultades o diferencias respecto de lo planificado, las organizaciones pueden realizar ajustes para mejorar el desarrollo de sus procesos. En este sentido, el seguimiento de los objetivos y el uso de mecanismos de control forman parte de la gestión estratégica, ya que proporcionan elementos para examinar las acciones ejecutadas y orientar las decisiones posteriores.

Competitividad

La competitividad empresarial se relaciona con la manera en que una empresa desarrolla sus actividades y busca mantener una posición frente a otras organizaciones que participan en el mismo mercado. Para ello, resulta importante considerar los recursos con los que cuenta, sus capacidades y las estrategias que utiliza para responder a las condiciones de competencia. Porter (2008) señala que la posición competitiva debe analizarse tomando en cuenta las características del sector y las decisiones que adopta cada empresa para generar valor. Por esta razón, la competitividad

comprende distintos aspectos del funcionamiento empresarial y no puede explicarse únicamente a partir de un factor.

Saavedra García (2012) propone estudiar la competitividad de las pequeñas y medianas empresas considerando tanto sus características internas como las condiciones del entorno en el que operan. Entre los aspectos internos se encuentran la planificación estratégica, la producción y las operaciones, la calidad, la comercialización, las finanzas y la gestión de los recursos humanos. A estos elementos se suman los factores externos contemplados en el enfoque de competitividad sistémica, los cuales también pueden influir en el desempeño de las organizaciones. Así, el análisis de la competitividad requiere observar no solo las decisiones y los recursos propios de cada empresa, sino también las circunstancias del entorno empresarial.

Dimensiones de la competitividad

Productividad

La productividad se refiere a la relación entre los resultados que logra una empresa y los recursos que utiliza para alcanzarlos. En el contexto de la competitividad empresarial, este concepto nos ayuda a analizar cómo las organizaciones aprovechan los recursos disponibles para llevar a cabo sus actividades de manera eficiente. Drucker (2002) subraya la relevancia de la productividad en la gestión de las organizaciones, especialmente en lo que respecta a cómo se utilizan los recursos y los resultados que se generan a partir de su uso.

En el ámbito de la competitividad, los planteamientos de Porter (2008) permiten analizar cómo la organización de las actividades y el uso de los recursos se relacionan con la posición que ocupa una empresa frente a sus competidores. A partir de esta perspectiva, la productividad se considera

una dimensión de la presente investigación, mediante la cual se busca conocer la percepción de los participantes sobre la eficiencia de los procesos empresariales, la utilización de los recursos disponibles y el cumplimiento de los objetivos establecidos por sus organizaciones.

Innovación

La innovación es uno de los aspectos que se consideran al estudiar la competitividad de las empresas, ya que comprende los cambios que estas introducen en sus productos, servicios y procesos. De acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) y Eurostat (2018), el Manual de Oslo establece dos tipos principales de innovación empresarial: la innovación de producto y la innovación de procesos de negocio. La primera hace referencia a la incorporación de bienes o servicios nuevos o significativamente mejorados, mientras que la segunda comprende la aplicación de procesos nuevos o mejorados en las distintas actividades que realiza una organización.

En un estudio sobre la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas rurales, Muñoz del Real (2025) identificó que la estructura de costos y las alianzas estratégicas son aspectos importantes para el fortalecimiento competitivo de estas organizaciones. La investigación señala que las alianzas pueden contribuir al desarrollo de productos, facilitar el acceso a nuevos mercados y mejorar la comunicación con los clientes. Estos elementos permiten comprender cómo la colaboración entre empresas puede relacionarse con la innovación y con las oportunidades de mejorar su posicionamiento en el mercado.

Posicionamiento competitivo

El posicionamiento competitivo se refiere a la posición que una empresa desea alcanzar y mantener en el mercado frente a sus competidores. Para lograrlo, se tienen en cuenta las características de

los productos o servicios que ofrece y cómo los clientes los perciben. Según Porter (2008), las decisiones estratégicas son clave para entender cómo las organizaciones buscan diferenciar sus ofertas y crear valor en un entorno competitivo. Así, el posicionamiento competitivo nos ayuda a entender cómo las empresas establecen su presencia en el mercado y se esfuerzan por destacar entre otras organizaciones.

En la presente investigación, el posicionamiento competitivo forma parte de las dimensiones utilizadas para analizar la competitividad empresarial. Para su estudio se consideran cuatro aspectos: la diferenciación de los productos o servicios que ofrece la empresa, su reconocimiento dentro del mercado, la satisfacción de los clientes y la participación que mantiene frente a sus competidores. Mediante estos indicadores se busca conocer cómo perciben los participantes la posición competitiva de las organizaciones en las que trabajan. Sin embargo, esta valoración no implica que las estrategias aplicadas por las empresas produzcan necesariamente resultados positivos en su desempeño competitivo.

Resiliencia Competitiva

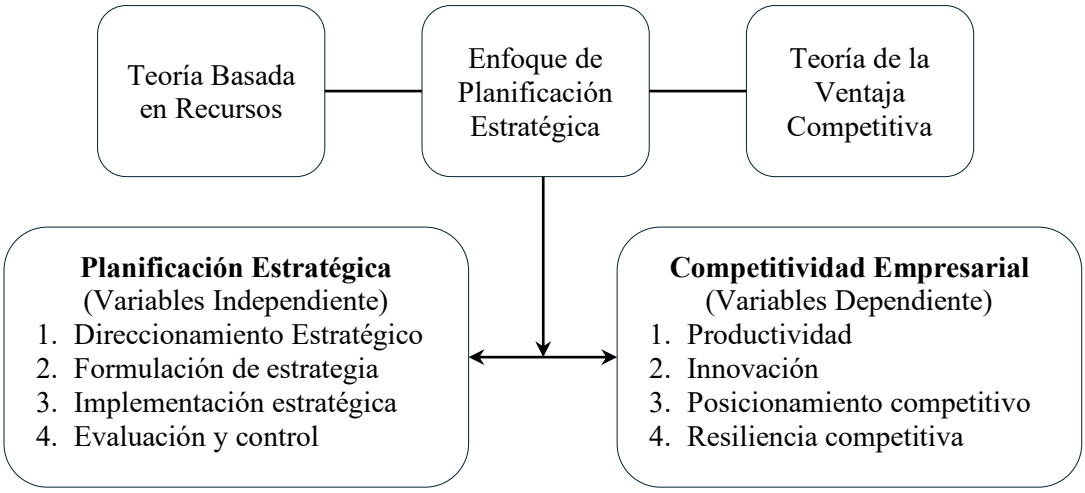
La resiliencia organizacional hace referencia a la capacidad de las empresas para prepararse ante situaciones adversas, responder a acontecimientos imprevistos y ajustarse a los cambios que se presentan en su entorno. Duchek (2020) explica este concepto a partir de tres capacidades relacionadas entre sí: anticipación, afrontamiento y adaptación. Estas capacidades permiten analizar cómo las organizaciones se preparan para posibles dificultades, actúan cuando estas se presentan y realizan ajustes para continuar desarrollando sus actividades frente a escenarios de incertidumbre, crisis o transformación.

En esta investigación, la resiliencia competitiva se considera una dimensión de análisis de la competitividad empresarial. Su inclusión responde a la importancia de examinar cómo las empresas pueden anticiparse a situaciones desfavorables, enfrentarlas y adaptarse a los cambios del entorno, especialmente cuando estas condiciones afectan la continuidad de sus operaciones. Para fundamentar esta dimensión se toma como referencia el enfoque de resiliencia organizacional desarrollado por Duchek (2020). Sin embargo, es necesario distinguir ambos conceptos, ya que no se consideran equivalentes ni se plantea que la resiliencia competitiva sea una dimensión reconocida de manera universal dentro de la competitividad empresarial.

A partir de este enfoque, la resiliencia competitiva se analiza mediante las percepciones de los participantes sobre la capacidad de sus empresas para adaptarse a las condiciones del entorno, mantener la continuidad de sus actividades, responder a los cambios e identificar oportunidades ante situaciones adversas. Esta dimensión se incorpora junto con la productividad, la innovación y el posicionamiento competitivo, con el propósito de ampliar el análisis de las características relacionadas con el funcionamiento y la competitividad de las empresas del cantón Azogues.

Figura 1

Modelo teórico de relación entre la planificación estratégica y la competitividad empresarial



Nota. Elaboración propia con base en la teoría basada en recursos de Barney (1991), el enfoque de planificación estratégica de David y David (2017) y la teoría de la ventaja competitiva de Porter (2008).

Metodología

Enfoque, diseño y alcance de la investigación

La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental, de corte transversal y alcance descriptivo-correlacional. Se adoptó un diseño no experimental debido a que las variables planificación estratégica y competitividad empresarial fueron observadas sin manipulación deliberada. El carácter transversal respondió a la recolección de información en un único momento, mientras que el alcance descriptivo permitió caracterizar las variables y las empresas participantes. Por su parte, el componente correlacional se orientó a determinar la dirección y magnitud de la asociación entre las variables, sin establecer relaciones causales (Hernández-Sampieri et al., 2014).

La información se obtuvo mediante la aplicación de un cuestionario estructurado dirigido a los participantes de las empresas del cantón Azogues. Los datos recopilados fueron procesados mediante el software IBM SPSS Statistics, versión 27, utilizando procedimientos de estadística descriptiva e inferencial acordes con los objetivos de la investigación.

Población

La población de estudio estuvo conformada por las empresas domiciliadas en el cantón Azogues, registradas en la base de datos de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2026). Inicialmente, se identificaron 436 registros empresariales, los cuales fueron examinados para determinar su cumplimiento de los criterios de selección establecidos.

Como criterios de inclusión, se consideraron las empresas domiciliadas en el cantón Azogues que mantenían un estado activo al momento de la conformación del marco poblacional. Por otra parte, se excluyeron los registros correspondientes a empresas inactivas o en proceso de liquidación.

Una vez aplicados estos criterios, se excluyeron 51 registros, obteniéndose una población definitiva de 385 empresas activas. Estas constituyeron el marco poblacional utilizado para determinar y seleccionar la muestra de investigación. Cabe señalar que esta población corresponde exclusivamente a las empresas registradas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, por lo que los resultados no pueden generalizarse automáticamente a todas las unidades económicas del cantón Azogues.

Muestreo

Para la selección de las empresas participantes se empleó un muestreo aleatorio simple sin reemplazo, tomando como marco poblacional las 385 empresas activas del cantón Azogues registradas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros del Ecuador. El procedimiento de selección se realizó mediante Microsoft Excel, utilizando la función ALEATORIO () para asignar un número aleatorio a cada registro empresarial. Posteriormente, los registros fueron ordenados de acuerdo con los valores generados y se seleccionaron las primeras 193 empresas para conformar la muestra de investigación.

Este procedimiento permitió que todas las empresas incluidas en el marco poblacional tuvieran la misma probabilidad inicial de ser seleccionadas, de acuerdo con los principios del muestreo aleatorio simple sin reemplazo.

Muestra

El tamaño de la muestra se determinó mediante la fórmula para poblaciones finitas, considerando una población de 385 empresas, un nivel de confianza del 95%, un margen de error del 5% y una probabilidad de ocurrencia y no ocurrencia de 0,50.

Fórmula para poblaciones finitas

$$n = \frac{N \,.\, Z^2 \,.\, p \,.\, q}{e^2 \,(\, N - 1\,) + \, Z^2 \,.\, p \,.\, q}$$

Significado de los componentes

n = Tamaño de la muestra.

N = Población (385 empresas activas)

Z = Nivel de confianza del 95% (1,96)

p = Probabilidad de éxito (0,50)

q = Probabilidad de fracaso (0,50)

e = Margen de error permitido (0,05)

Sustitución de valores

$$n = \frac{385 \;\; (1{,}96)^2 \; (0{,}50) \; (0{,}50)}{(\, 0{,}05 \,)^2 \,(\, 385 - 1 \,) + \; (1{,}96)^2 \; (0{,}50) \; (0{,}50)}$$

$$n = \frac{385\ (3{,}8416)\ (0{,}25)}{0{,}0025\ (384) + 0{,}9604}$$

$$n = \frac{369{,}754}{1{,}9204} = 192{,}54$$

$$n = 193 \text{ empresas}$$

El valor obtenido se aproximó al entero superior, obteniéndose una muestra final de 193 empresas del cantón Azogues, las cuales participaron en la aplicación del instrumento de investigación.

Operacionalización de variables

La operacionalización de las variables permitió establecer las dimensiones, los indicadores y los ítems utilizados para medir la planificación estratégica y la competitividad empresarial. Este proceso se desarrolló a partir de los fundamentos conceptuales establecidos en el marco teórico, con el propósito de mantener la coherencia entre las variables de estudio y el instrumento de recolección de datos.

La planificación estratégica se operacionalizó mediante cuatro dimensiones: direccionamiento estratégico, formulación estratégica, implementación estratégica y evaluación y control. Por su parte, la competitividad empresarial se estructuró en cuatro dimensiones: productividad, innovación, posicionamiento competitivo y resiliencia competitiva. Cada dimensión estuvo conformada por cuatro ítems, obteniéndose un cuestionario de 32 preguntas, evaluadas mediante una escala tipo Likert de cinco puntos.

Tabla 1

Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala
Independiente Planificación Estratégica	Proceso sistemático mediante el cual	Se midió a través de un cuestionario	Direccionamiento estratégico	Misión, Visión, objetivos, estratégicos	1-4	Likert 5 puntos

	las organizaciones establecen su direccionamiento, analizan las condiciones internas y externas, formulan estrategias, implementan acciones y evalúan los resultados en función de sus objetivos organizacionales (David & David, 2017).	estructurado dirigido a propietarios o administradores de empresas, conformado por 16 ítems y cuatro dimensiones.		y alineación organizacional		
			Formulación estratégica	Análisis del entorno interno y externo, estrategias, acciones	5-8	Likert 5 puntos
			Implementación estratégica	Recursos, ejecución, coordinación y comunicación	9-12	Likert 5 puntos
			Evaluación y control	Resultados, desempeño, acciones correctivas y mejora continua	13-16	Likert 5 puntos
Dependiente Competitividad Empresarial	Concepto multidimensional relacionado con la capacidad de las organizaciones para desenvolverse en su entorno competitivo mediante el aprovechamiento de sus recursos y capacidades. En esta investigación se analiza a través de la productividad, innovación, posicionamiento y resiliencia competitiva, considerando los fundamentos de Porter (2008), OCDE y Eurostat (2018) y Duchek (2020). La resiliencia competitiva se incorpora como una dimensión analítica del estudio, apoyada en el enfoque de resiliencia organizacional de Duchek (2020).	Se midió mediante un cuestionario estructurado dirigido a propietarios o administradores de empresas, conformado por 16 ítems y cuatro dimensiones.	Productividad	Eficiencia, uso de recursos, procesos y objetivos.	17-20	Likert 5 puntos
			Innovación	Nuevos productos, mejora de procesos, tecnología, nuevas ideas.	21-24	Likert 5 puntos
			Posicionamiento competitivo	Diferenciación, reconocimiento, satisfacción del cliente y participación competitiva.	25-28	Likert 5 puntos
			Resiliencia competitiva	Adaptación al entorno, mantenimiento, cambios y oportunidades	29-32	Likert 5 puntos

Nota. Elaboración propia con base en David y David (2017), Porter (2008), OCDE y Eurostat (2018) y Duchek (2020).

Técnicas e instrumento de recolección de datos

La técnica empleada para la recolección de información fue la encuesta, lo que permitió obtener información directamente de los propietarios o administradores de las empresas del Cantón Azogues. Hernández-Sampieri et al. (2014) señalan que la encuesta constituye una de las técnicas más utilizadas en investigaciones cuantitativas, ya que facilita la obtención de información estandarizada para el análisis estadístico de las variables.

Como instrumento de recolección de datos se empleó el cuestionario estructurado, elaborado a partir de la operacionalización y revisión de la literatura científica de las variables de estudio, documento que estuvo conformado por 32 ítems, distribuido en las dimensiones correspondientes a la planificación estratégica y la competitividad empresarial. Bernal (2016) indica que el cuestionario es un instrumento compuesto por preguntas con el objetivo de obtener información, facilitando la obtención de datos confiables y comparables para la investigación.

Validación de contenido del instrumento

La validez de contenido del instrumento se examinó mediante el juicio de cinco expertos vinculados con las áreas de administración y metodología de la investigación, quienes evaluaron la relevancia de los 32 ítems respecto de sus correspondientes dimensiones. Para la valoración se empleó una escala de cuatro categorías, de 1 (irrelevante) a 4 (muy relevante). Los resultados se analizaron mediante el coeficiente V de Aiken (Aiken, 1985; Escurra Mayaute, 1988). Los valores reportados por ítem oscilaron entre 0,93 y 1,00, con un promedio global de 0,98, lo que indica una valoración favorable de su relevancia por parte de los jueces. Esta evidencia corresponde a la validez de contenido y no constituye, por sí sola, una demostración de la validez del constructo del instrumento.

Prueba piloto

Con el propósito de evaluar la comprensión de los ítems y examinar preliminarmente la consistencia interna del instrumento, se realizó una prueba piloto con la participación de 30 empresas del cantón Azogues. Connelly (2008) señala que el tamaño de una muestra piloto puede establecerse considerando las características y necesidades de la investigación, y presenta como referencia orientativa la utilización de una proporción de la muestra prevista para el estudio principal. No obstante, esta orientación no constituye una regla universal que garantice la suficiencia del tamaño seleccionado.

Las 30 empresas participantes en la prueba piloto fueron diferentes de las 193 empresas que conformaron la muestra definitiva, por lo que sus respuestas no se incluyeron en el análisis principal. Esta etapa permitió obtener información preliminar sobre el funcionamiento del cuestionario, integrado por 32 ítems distribuidos entre las variables planificación estratégica y competitividad empresarial. Después de la aplicación de la prueba piloto, no se incorporaron nuevas preguntas al instrumento. La información obtenida se utilizó para examinar preliminarmente su consistencia interna antes de la aplicación definitiva.

Confiabilidad del instrumento

El cuestionario fue elaborado mediante una escala de medición tipo Likert de cinco puntos, la cual se utiliza para medir el nivel de percepción de los sujetos de estudio con relación a cada ítem propuesto en el instrumento. Las opciones de respuesta fueron: 1 = Totalmente en desacuerdo, 2 = En desacuerdo, 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 = De acuerdo y 5 = Totalmente de acuerdo.

La confiabilidad del cuestionario fue evaluada mediante el coeficiente de alfa de Cronbach calculado a partir de la muestra piloto, utilizando el software IBM SPSS Statistics 27.0.

Hernández-Sampieri et al. (2014) manifiestan que este coeficiente constituye uno de los procedimientos más utilizados para evaluar la consistencia interna de los instrumentos elaborados con escalas tipo Likert.

Tabla 2

Resultados del Alfa de Cronbach por dimensión

Variable	Dimensión	Número de ítems	Alfa de Cronbach
Planificación estratégica	Direccionamiento estratégico	4	0.952
	Formulación estratégica	4	0.942
	Implementación estratégica	4	0.949
	Evaluación y control	4	0.931
Competitividad empresarial	Productividad	4	0.935
	Innovación	4	0.933
	Posicionamiento competitivo	4	0.950
	Resiliencia competitiva	4	0.944

Nota. Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en IBM SPSS Statistics 27.0.

Los coeficientes alfa de Cronbach obtenidos por las ocho dimensiones oscilaron entre 0.931 y 0.952, lo que indica una elevada consistencia interna de las respuestas de los ítems agrupados en cada dimensión. No obstante, los valores superiores a 0.90 deben interpretarse con cautela, debido a que pueden reflejar una alta similitud o posible redundancia entre algunos ítems. En consecuencia, estos resultados aportan evidencia de consistencia interna, pero no permiten establecer por sí solos la validez de constructo ni descartar la ausencia de redundancia en el instrumento.

Análisis estadístico

Los datos recopilados fueron procesados utilizando IBM SPSS Statistics, versión 27. Se aplicaron procedimientos de estadística descriptiva para caracterizar a las empresas que participaron y a los informantes mediante frecuencias y porcentajes. Asimismo, se calcularon medidas de tendencia central y dispersión para describir las puntuaciones de las variables investigadas.

Las puntuaciones relacionadas con la planificación estratégica y la competitividad empresarial se calcularon promediando los ítems de cada variable. Luego, se llevó a cabo un análisis de su distribución utilizando la prueba de Kolmogórov-Smirnov, además de un examen de sus características descriptivas.

Para el análisis inferencial se optó por el coeficiente de correlación por rangos de Spearman, considerando la naturaleza ordinal de los ítems, las características de las puntuaciones compuestas y el objetivo de examinar posibles asociaciones entre las variables. La evaluación de la normalidad fue un aspecto adicional que se consideró en esta decisión, pero no fue el único factor determinante.

Se llevó a cabo el contraste de hipótesis utilizando una prueba bilateral, fijando un nivel de significancia de 0,05. Se consideraron en conjunto la dirección, magnitud y significación estadística de los coeficientes obtenidos. Dado que el diseño fue no experimental y transversal, los resultados se interpretaron como asociaciones estadísticas, sin intentar establecer relaciones causales.

Resultados

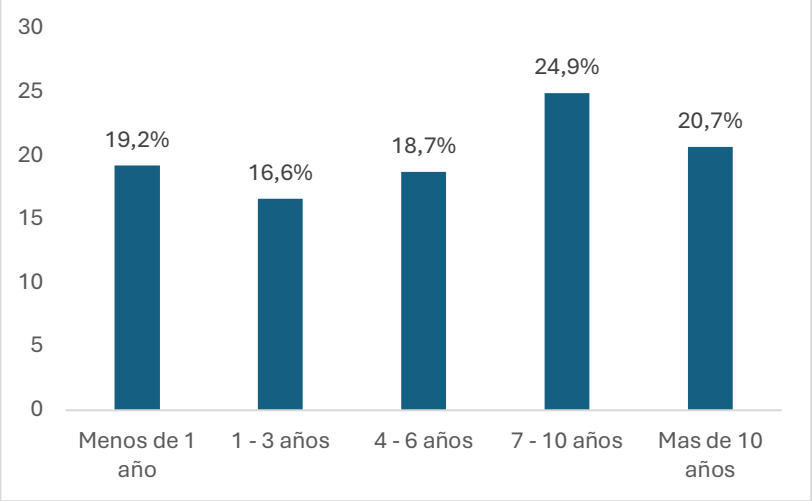
A continuación, se exponen los resultados obtenidos a partir de la aplicación del cuestionario a 193 empresas activas del cantón Azogues. En primer lugar, se presenta la composición de la muestra según las características empresariales registradas. Posteriormente, se presentan los resultados de

la prueba de normalidad y del análisis de correlación de Spearman, utilizados para contrastar la hipótesis general y analizar la relación entre planificación estratégica y competitividad empresarial, así como entre sus respectivas dimensiones.

Caracterización de la muestra

Figura 2

Antigüedad de la empresa

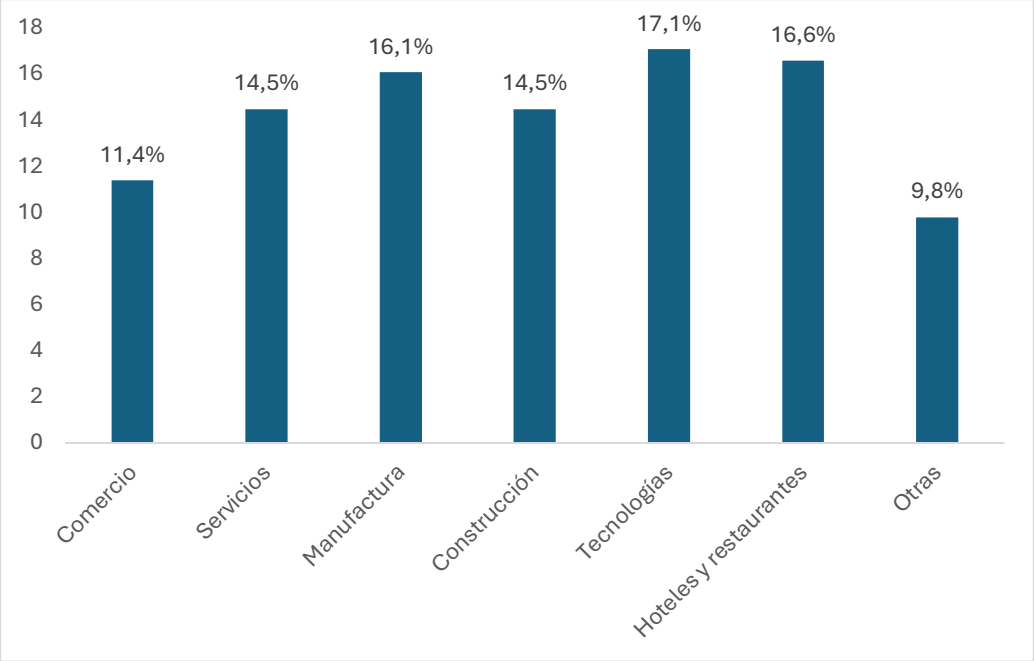


Nota. Elaboración propia.

La Figura 2 evidencia que el 24,9% de las empresas tienen entre 7 y 10 años de funcionamiento, seguido por aquellas con más de 10 años (20,7%). Asimismo, el 19,2% posee menos de un año de actividad, el 18,7% registra entre cuatro y seis años y el 16,6% corresponde a empresas con uno a tres años de funcionamiento. Estos resultados muestran la participación de empresas con diferentes periodos de funcionamiento.

Figura 3

Sector Económico



Nota. Elaboración propia.

La Figura 3 presenta la distribución de las empresas participantes según su actividad económica. Se observa que el mayor porcentaje de empresas pertenece al sector de tecnologías (17,1%), seguido por hoteles y restaurantes (16,6%) y manufactura (16,1%). Los sectores de servicios y construcción representan el 14,5% cada uno, mientras que comercio corresponde al 11,4% y otras actividades al 9,8%. Estos resultados muestran que la muestra analizada está conformada por empresas pertenecientes a diferentes sectores económicos, lo que permite caracterizar la diversidad de actividades empresariales presentes en el estudio.

Tabla 3

Prueba de normalidad de las variables de estudio

Pruebas de normalidad

	Kolmogórov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Planificación estratégica	,135	193	< ,001
Competitividad empresarial	,137	193	<,001

a. Corrección de significación de Lilliefors

Nota. Elaboración propia con base en los resultados obtenidos mediante SPSS versión 27

La prueba de Kolmogórov-Smirnov, con corrección de significación de Lilliefors, evidenció desviaciones estadísticamente significativas respecto de la distribución normal para las puntuaciones de planificación estratégica ($D = 0{,}135$; $p < 0{,}001$) y competitividad empresarial ($D = 0{,}137$; $p < 0{,}001$). Considerando estos resultados, el origen ordinal de los ítems y las características de las puntuaciones compuestas, se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman para evaluar la asociación entre las variables.

Tabla 4
Correlación entre Planificación estratégica y Competitividad Empresarial

			Planificación estratégica	Competitividad empresarial
Rho de Spearman	Planificación estratégica	Coeficiente de correlación	1,000	,016
		Sig. (bilateral)	.	,829
		N	193	193
	Competitividad empresarial	Coeficiente de correlación	,016	1,000
		Sig. (bilateral)	,829	.
		N	193	193

Nota. Elaboración propia con base en los resultados obtenidos mediante SPSS versión 27

El análisis de correlación de Spearman entre la planificación estratégica y la competitividad empresarial presentó un coeficiente de $\rho = 0{,}016$, con un valor de significación bilateral de $p =$

0,829 y una muestra de 193 empresas. El coeficiente obtenido indica una asociación positiva de magnitud prácticamente nula, que no alcanzó significación estadística al nivel de $\alpha = 0,05$. En consecuencia, no se encontró evidencia estadística suficiente para afirmar que existe una asociación monotónica entre ambas variables en la población estudiada.

En relación con el objetivo general, los resultados permitieron estimar la dirección y magnitud de la asociación entre planificación estratégica y competitividad empresarial, sin identificar una relación estadísticamente significativa. Por tanto, los hallazgos no respaldaron la hipótesis de investigación planteada.

Dado que el valor de significación obtenido fue superior al nivel establecido ($p = 0,829 > 0,05$), no se rechazó la hipótesis nula (H_0). Este resultado indica que los datos no proporcionaron evidencia suficiente de una asociación estadísticamente significativa entre la planificación estratégica y la competitividad empresarial de las empresas estudiadas.

Debido a que el valor de significancia obtenido fue $p= 0,829$, superior al nivel de significancia establecido ($\alpha = 0,05$) no se rechazó la hipótesis nula (H_0), según la cual no existe una relación estadísticamente significativa entre la planificación estratégica y la competitividad empresarial. En consecuencia, se concluyó que no existió evidencia estadística suficiente para demostrar una relación significativa entre planificación estratégica y la competitividad empresarial en las empresas estudiadas.

Tabla 5

Correlación entre dimensiones de la planificación estratégica y la competitividad empresarial

Dimensión de la planificación estratégica	Productividad	Innovación	Posicionamiento competitivo	Resiliencia competitiva
Direccionamiento estratégico	ρ = -0,013	ρ = -0,055	ρ = 0,011	ρ = 0,006
	p = 0,858	p = 0,446	p = 0,881	p = 0,935
Formulación estratégica	ρ = 0,011	ρ = -0,034	ρ = 0,036	ρ = 0,030
	p = 0,876	p = 0,642	p = 0,618	p = 0,679
Implementación estratégica	ρ = 0,021	ρ = -0,025	ρ = 0,047	ρ = 0,042
	p = 0,776	p = 0,731	p = 0,515	p = 0,557
Evaluación y control	ρ = -0,001	ρ = -0,041	ρ = 0,033	ρ = 0,019
	p = 0,989	p = 0,569	p = 0,648	p = 0,795

Nota. Elaboración propia con base en los resultados obtenidos mediante SPSS versión 27

La Tabla 5 presenta las correlaciones entre las dimensiones de la planificación estratégica y las dimensiones de la competitividad empresarial. Los coeficientes de Spearman oscilaron entre −0,055 y 0,047, lo que evidencia asociaciones de magnitud prácticamente nula. Asimismo, ninguna de las 16 correlaciones alcanzó significación estadística al nivel de 0,05, resultados que son coherentes con el análisis de correlación global entre las variables.

La asociación de mayor magnitud absoluta se identificó entre direccionamiento estratégico e innovación (ρ = −0,055; p = 0,446), mientras que la mayor asociación positiva correspondió a implementación estratégica y posicionamiento competitivo (ρ = 0,047; p = 0,515). En ambos casos, los coeficientes fueron de magnitud prácticamente nula y no alcanzaron significación estadística. Por consiguiente, no se encontró evidencia suficiente para afirmar que las dimensiones de planificación estratégica presentan asociaciones monotónicas estadísticamente significativas con las dimensiones de competitividad empresarial en las empresas estudiadas.

Discusión

Los resultados obtenidos mostraron que no se encontró evidencia estadísticamente significativa de asociación entre la planificación estratégica y la competitividad empresarial en la muestra de empresas del cantón Azogues **(**$\rho = 0{,}016$; $p = 0{,}829$**).** La magnitud prácticamente nula del coeficiente indica que**,** bajo las condiciones y mediciones empleadas en esta investigación, las puntuaciones de planificación estratégica presentaron una asociación mínima con las puntuaciones de competitividad empresarial, sin alcanzar significación estadística. En consecuencia, la evidencia obtenida no permitió respaldar la hipótesis de investigación planteada. Este resultado debe interpretarse dentro del alcance correlacional del estudio y no como demostración de la inexistencia absoluta de una relación entre ambas variables.

Los resultados de la presente investigación, que no evidenciaron una asociación estadísticamente significativa entre la planificación estratégica y la competitividad empresarial, pueden contrastarse con los hallazgos de Ojha et al. (2020). En una investigación desarrollada con 267 pequeñas y medianas empresas de Estados Unidos, los autores encontraron que la planificación estratégica dinámica no mantenía una relación directa estadísticamente significativa con el desempeño financiero. No obstante, observaron una asociación indirecta positiva mediante las capacidades operativas. Si bien el estudio citado y la presente investigación analizan resultados empresariales distintos, ambos muestran que la relación directa entre la planificación estratégica y las variables de resultado examinadas no necesariamente alcanza significación estadística.

Castillo Arqueros (2024) realizó una revisión sistemática de 22 artículos científicos publicados entre 2014 y 2024, en la que resalta la necesidad de contar con indicadores para evaluar la gestión estratégica y dar seguimiento a las estrategias aplicadas por las organizaciones. Su trabajo permite reconocer la importancia de la evaluación y el control como parte de la planificación estratégica.

No obstante, los resultados de dicha revisión no demuestran una relación estadísticamente significativa entre la planificación estratégica y la competitividad empresarial, que son las variables examinadas en esta investigación.

En el ámbito teórico, Acevedo-Gelves y Albornoz-Arias (2019) estudian las capacidades dinámicas y su vinculación con la adaptación de las organizaciones y la reorganización de sus recursos. Por su parte, Gómez Reátegui et al. (2026) consideran la posible influencia de las condiciones contextuales e institucionales en la relación entre las capacidades dinámicas y la ventaja competitiva sostenible. Estos aportes permiten identificar otros aspectos que podrían estudiarse en futuras investigaciones. Sin embargo, debido a que dichos factores no fueron incluidos entre las variables evaluadas, no es posible utilizarlos para explicar los resultados estadísticos obtenidos en el presente estudio.

El análisis entre las dimensiones de planificación estratégica y competitividad empresarial mostró coeficientes de correlación de Spearman comprendidos entre −0,055 y 0,047, todos ellos de magnitud prácticamente nula y sin significación estadística. La asociación de mayor magnitud absoluta correspondió a direccionamiento estratégico e innovación ($\rho = -0{,}055$; $p = 0{,}446$), mientras que la mayor correlación positiva se identificó entre implementación estratégica y posicionamiento competitivo ($\rho = 0{,}047$; $p = 0{,}515$). Estos resultados complementan el análisis global y muestran que tampoco se identificaron asociaciones monotónicas estadísticamente significativas entre las dimensiones examinadas.

La interpretación de resultados debe considerar las características metodológicas de la investigación. El diseño no experimental y transversal permitió examinar asociaciones estadísticas entre las variables, pero no establecer relaciones causales ni identificar su evolución temporal. Además, los datos fueron recolectados a través de un cuestionario que capturó las percepciones de

los participantes, lo que significa que las respuestas podrían estar influenciadas por ciertos sesgos. Asimismo, debe considerarse que las diferencias en las funciones y responsabilidades de los propietarios y administradores encuestados podrían influir en su nivel de conocimiento sobre los procesos de planificaciones estratégica y competitividad empresarial Estas limitaciones deben considerarse al analizar los hallazgos y determinar hasta qué punto pueden generalizarse a otros contextos empresariales.

El principal aporte de la investigación consiste en proporcionar evidencia empírica sobre la asociación entre la planificación estratégica y la competitividad empresarial en una muestra de empresas del cantón Azogues, Ecuador. Los resultados amplían el conocimiento disponible sobre estas variables en el contexto local, al documentar una asociación prácticamente nula y estadísticamente no significativa bajo las condiciones analizadas. Asimismo, constituyen un antecedente para futuras investigaciones que incorporen diferentes poblaciones, variables organizacionales y diseños metodológicos, con el propósito de profundizar en la comprensión de las relaciones entre planificación estratégica y competitividad empresarial.

Conclusiones

La investigación permitió determinar que la asociación entre la planificación estratégica y la competitividad empresarial de las 193 empresas estudiadas del cantón Azogues fue positiva, de magnitud prácticamente nula y estadísticamente no significativa ($\rho = 0{,}016$; $p = 0{,}829$). En consecuencia, no se rechazó la hipótesis nula (H_0) debido a que los resultados no proporcionaron evidencia estadística suficiente para respaldar una asociación monotónica entre ambas variables, considerando un nivel de significancia de $\alpha = 0{,}05$.

El análisis de las 16 correlaciones entre las dimensiones de planificación estratégica y competitividad empresarial evidenció coeficientes de magnitud prácticamente nula, comprendidos

entre -0,055 y 0,047, sin alcanzar significación estadística. Estos hallazgos fueron consistentes con el resultado global de la investigación.

Los resultados deben interpretarse considerando el diseño no experimental, transversal y correlacional de la investigación, cuyas características permiten estimar la dirección y magnitud de las asociaciones estadísticas, pero no establecer relaciones causales ni identificar los mecanismos que podrían explicarlas. Asimismo, los factores organizacionales y contextuales que podrían intervenir en la relación entre planificación estratégica y competitividad empresarial no fueron evaluados directamente, por lo que no es posible atribuirles los resultados obtenidos. En este sentido, futuras investigaciones podrían incorporar dichas variables y emplear diseños longitudinales o metodológicos complementarios que permitan profundizar en la comprensión de esta relación en el contexto empresarial.

La principal contribución de la investigación consiste en aportar evidencia empírica específica sobre la relación entre planificación estratégica y competitividad empresarial en una muestra de empresas del cantón Azogues. Estos hallazgos constituyen un antecedente para futuras investigaciones en el contexto local y permiten orientar nuevas preguntas sobre las condiciones y características organizacionales que podrían estar relacionadas con ambas variables.

Referencias

Acevedo-Gelves, L. K., & Albornoz-Arias, N. (2019). Revisión teórica de las capacidades dinámicas empresariales. *Pensamiento & Gestión*, (46), 262–283.

Aguilar Aguilar, N. (2023). *Análisis comparativo de la planificación estratégica y su incidencia en la competitividad en las pymes de servicios de la ciudad de Cuenca 2021* [Trabajo de

titulación, Universidad Católica de Cuenca]. Repositorio Institucional de la Universidad Católica de Cuenca. https://dspace.ucacue.edu.ec/handle/ucacue/16188

Aiken, L. R. (1985). Three coefficients for analyzing the reliability and validity of ratings. *Educational and Psychological Measurement, 45*(1), 131–142. https://doi.org/10.1177/0013164485451012

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management, 17*(1), 99–120. https://doi.org/10.1177/014920639101700108

Bernal, C. A. (2016). *Metodología de la investigación* (4.ª ed.). Pearson Educación.

Camacho Calero, T. E. (2022). *Las plataformas digitales en el sector de las pequeñas y medianas empresas en el cantón Azogues* [Trabajo de titulación, Universidad Católica de Cuenca]. Repositorio Institucional de la Universidad Católica de Cuenca.

Castillo Arqueros, E. R. (2024). Planeamiento estratégico e indicadores. *SCIÉNDO, 27*(3), 363–367. https://doi.org/10.17268/sciendo.2024.064

Connelly, L. M. (2008). Pilot studies. *MEDSURG Nursing, 17*(6), 411–412.

David, F. R., & David, F. R. (2017). *Conceptos de administración estratégica* (15.ª ed.). Pearson Educación.

Drucker, P. F. (2002). *La gerencia en la sociedad futura*. Norma.

Duchek, S. (2020). Organizational resilience: A capability-based conceptualization. *Business Research, 13*(1), 215–246. https://doi.org/10.1007/s40685-019-0085-7

Escurra Mayaute, L. M. (1988). Cuantificación de la validez de contenido por criterio de jueces. *Revista de Psicología, 6*(1–2), 103–111. https://doi.org/10.18800/psico.198801-02.008

Gómez Reátegui, J. F., Patiño García, G. C., Verástegui Sánchez, R., & Garay Mercado, M. C. (2026). Factores contextuales e institucionales en la relación entre capacidades dinámicas y ventaja competitiva sostenible: Una revisión sistemática en economías emergentes. *Aula Virtual, 7*(14), 712–731. https://doi.org/10.5281/zenodo.19432204

Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill Education.

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2026). *Registro Estadístico de Empresas – REEM 2024 (definitivo) y 2025 (provisional)* [Base de datos]. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/directoriodeempresas/

Monson, F. K. S. (2024). Unveiling the strategic resource dimension: A bibliometric and systematic review of the Resource-Based View and its application to corporate governance. *The Journal of High Technology Management Research, 35*(2), 100516. https://doi.org/10.1016/j.hitech.2024.100516

Muñoz del Real, G. (2025). Competitividad en MiPyMEs rurales. *Investigación Administrativa, 54*(135), 00004. https://doi.org/10.35426/IAv54n135.04

Ojha, D., Patel, P. C., & Sridharan, S. V. (2020). Dynamic strategic planning and firm competitive performance: A conceptualization and an empirical test. *International Journal of Production Economics, 222*, 107509. https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2019.09.030

Organisation for Economic Co-operation and Development & Eurostat. (2018). *Oslo manual 2018: Guidelines for collecting, reporting and using data on innovation* (4th ed.). OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/9789264304604-en

Ortega Flores, C. F., Banegas Campoverde, C., & Castillo Ortega, Y. (2021). Impacto de las empresas en el desarrollo económico del cantón Azogues. *ConcienciaDigital, 4*(1.1), 44–66. https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v4i1.1.1546

Pereira, V., & Bamel, U. (2021). Extending the resource and knowledge based view: A critical analysis into its theoretical evolution and future research directions. *Journal of Business Research, 132*, 557–570. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.021

Porter, M. E. (2008). *Ventaja competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Grupo Editorial Patria.

Saavedra García, M. L. (2012). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana. *Pensamiento & Gestión*, (33), 93–124. https://www.redalyc.org/pdf/646/64624867005.pdf

Salamea Pesántez, H. P. (2025). *Diseño de estrategias que impulsen la competitividad de las microempresas del sector comercio del cantón Azogues, provincia de Cañar, año 2024* [Trabajo de titulación, Universidad Técnica Particular de Loja]. Repositorio Institucional de la Universidad Técnica Particular de Loja.

Sumba-Bustamante, R. Y., Cárdenas-Borja, N. P., Bravo-Ayala, T. L., & Arteaga-Choez, R. F. (2020). La planeación estratégica: Importancia en las PYMES ecuatorianas. *FIPCAEC, 5*(4), 114–136. https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i4.299

Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2026). *Portal de información: Consulta de compañías registradas* [Base de datos]. https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/PortalInformacion/index.html

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Alberto Sebastian Matovelle Carangui portador de la cédula de ciudadanía Nº **0302839832.** En calidad de autor/a y titular de los derechos patrimoniales del proyecto de titulación **"Relación de la planificación estratégica y la competitividad de las empresas del cantón Azogues-Ecuador"** de conformidad a lo establecido en el artículo 114 Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, reconozco a favor de la Universidad Católica de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos y no comerciales. Autorizo además a la Universidad Católica de Cuenca, para que realice la publicación de éste proyecto de titulación en el Repositorio Institucional de conformidad a lo dispuesto en el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Azogues, 13 de Noviembre de 2026

F: .....

Alberto Sebastian Matovelle Carangui

C.I. 0302839832