

Liderazgo estratégico y su influencia en la competitividad de la empresa productos lácteos El Ranchito

Strategic leadership and its influence on the competitiveness of the El Ranchito dairy products company

Roosevelt Fabián Viera Espinel¹ , Jirma Elizabeth Veintimilla Ruíz¹ 

¹Universidad Técnica de Cotopaxi, Latacunga – Ecuador

Correo de correspondencia: roosevelt.viera4192@utc.edu.ec, jirma.veintimilla@utc.edu.ec

Información del artículo

Tipo de artículo:
Artículo original

Recibido:
08/08/2023

Aceptado:
11/09/2024

Publicado:
15/10/2024

Revista:
DATEH



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.

Forma sugerida de citar (APA): López-Rodríguez, C. E., Sotelo-Muñoz, J. K., Muñoz-Venegas, I. J. y López-Aguas, N. F. (2024). Análisis de la multidimensionalidad del brand equity para el sector bancario: un estudio en la generación Z. Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 14(27), 9-20. <https://doi.org/10.17163/ret.n27.2024>

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:

- **H₀:** No hay correspondencia entre el liderazgo estratégico y competitividad en la Empresa de Productos Lácteos El Ranchito.
- **H₁:** 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:

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.

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	POSICION EN INSTRUMENTO
X1: Liderazgo estratégico	Determinación del curso estratégico	Misión	1
		Visión	2
		Objetivos	3,4
		Estrategias	5
		Foda	6
	Desarrollo de competencias	Capacidades	7
		Habilidades	8
		Finanzas	9
	Controles estratégicos	Clientes	10
		Procesos	11
		Crecimiento	12
	Administración de recursos	Físicos	13
		Tecnológicos	14
		Humano	15
	X2: Competitividad	Capacidades valiosas	Fortalezas
Amenazas			18,19
Capacidades singulares		Diferenciación	21,21
		Atención al cliente	22
Capacidades costosas de imitar		Posicionamiento	13,24,25
		Recursos humanos	26,27
Capacidades insustituibles		Sustitutos	28,29,30

Tabla 1. Matriz de operacionalización de las variables

1. 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.

RANGO	RELACIÓN
-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

Tabla 2. Grado de relación según coeficiente de correlación

En este caso ρ 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 ρ 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.

VARIABLE	NIVELES (OPCIONES)	↓ NIVEL VALOR I ↓	↓ NIVEL VALOR 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
	Bajo	3	7

Capacidades	Medio	8	11
insustituibles	Alto	12	15

Tabla 3. Rho de Spearman análisis de la operacionalización de las variables

	3	0,8	0,9	1	1	1,01	1,01
rS:	0,965	4,00	0,66	0,83	0,89	0,94	1,00
g de l:	22	5,00	0,57	0,71	0,79	0,89	0,93
P-value:	2,54E-14	6,00	0,52	0,64	0,74	0,83	0,88
		7,00	0,48	0,60	0,70	0,78	0,83
		8,00	0,46	0,56	0,65	0,75	0,79

Tabla 4. Parámetros de análisis de Rho de Spearman

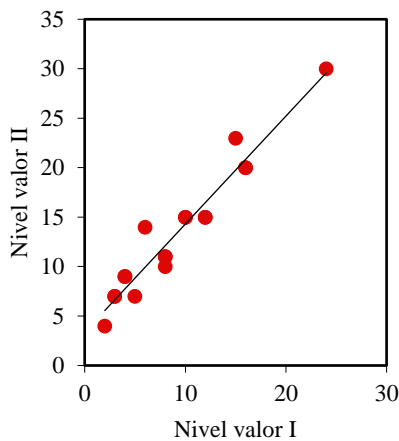


Gráfico 1. Niveles de puntuación rS

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.

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

SHAPIRO-WILK	ESTADÍSTIC	GL	SIG.
	O		
Liderazgo estratégico	,747	35	,000
Ventaja competitiva	,718	35	,000

Tabla 5. Prueba de normalidad

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) > α : No rechazar H0 (normal). Donde α 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 H0 y se derivó en la aceptación de H1, 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.

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

Tabla 6. Prueba de hipótesis

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 sí 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 sí 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.

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*. 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 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.