



Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Trabajo de titulación

Modalidad:

Artículo científico

Título:

**GESTIÓN ESTRATÉGICA Y COMPETITIVIDAD EN LAS MIPYMES COMERCIALES DEL
SECTOR NUEVO TARQUI, 2025**

Autor:

Enríquez Burbano Johanna Mariuxi

Tutor:

Ing. Hernán Vladimir Salcedo Loor, Mg

Facultad Ciencias Administrativas, Contables y Comercio

Carrera de Administración de Empresa

Manta- Manabí – Ecuador

Periodo: 2025 (2)

	NOMBRE DEL DOCUMENTO:	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	CERTIFICADO DE TUTOR(A).	VERSIÓN: 1
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor de la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio de Manta de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí,
CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular, en modalidad de Artículo Académico bajo la autoría de la estudiante Enríquez Burbano Johanna Mariuxi, legalmente matriculada en la carrera de Administración de Empresas, periodo académico 2025 (2), cumpliendo el total de 400 horas, cuyo tema del proyecto "Gestión estratégica y competitividad en las mipymes comerciales del sector Nuevo Tarqui, 2025"

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta de 19 de enero del 2026.

Lo certifico,



Ing. Hernán Vladimir Salcedo Loor, MSc.

Docente Tutor



ARTÍCULO MARIUXI V3 FINAL

5%
Textos sospechosos

- 0% Similitudes
 - 0% similitudes entre comillas
 - 0% entre las fuentes mencionadas
- < 1% Idiomas no reconocidos
- 5% Textos potencialmente generados por la IA

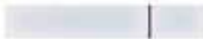
Nombre del documento: ARTÍCULO MARIUXI V3 FINAL .docx
ID del documento: f2218edf7de4063883f9e24ddae937f5b89cd742
Tamaño del documento original: 86,04 kB

Depositante: Hernán Salcedo Looz
Fecha de depósito: 13/1/2026
Tipo de carga: Interface
fecha de fin de análisis: 13/1/2026

Número de palabras: 4447
Número de caracteres: 30.235

Ubicación de las similitudes en el documento:

Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 Documento de otro usuario #271426 Viene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (12 palabras)
2	 repository.unad.edu.co Plan prospectivo y estratégico sector agropecuario, Mu... https://repository.unad.edu.co/handle/10596/35200	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (10 palabras)

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Enríquez Burbano Johanna Mariuxi, con cédula de identidad N° 235020139-4 declaro que el presente trabajo de titulación **“Gestión estratégica y competitividad en las MiPymes comerciales del sector Nuevo Tarqui, 2025”** cumple con los requerimientos que la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí y la Facultad de Ciencias Administrativa Contables y Comercio sugieren, cumpliéndose cada uno de los puntos expuestos y siendo meticuloso con la información presentada. A su vez, declaro que el contenido investigativo percibe el desarrollo y diseño original elaborado por la supervisión del tutor académico de investigación. La argumentación, el sustento de la investigación y los criterios vertidos, son originalidad de la autoría y es responsabilidad de la misma.



Enríquez Burbano Johanna Mariuxi

C.I.: 2350201394

E-mail: e2350201394@live.uileam.edu.ec

Tel: 0990568971

APROBACIÓN DEL TRABAJO

Los miembros del tribunal de grado dan la aprobación al trabajo final de titulación el tema: **“Gestión estratégica y competitividad en las MIPYMES comerciales del sector Nuevo Tarquí, 2025”**. Elaborado por la egresada Enríquez Burbano Johanna Mariuxi, el mismo que cumple con el estipulado por reglamentos y disposiciones emitidas por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí de la Facultad de Ciencias Administrativa Contables y Comercio de la carrera de Administración de Empresas.

Por constancia firman:



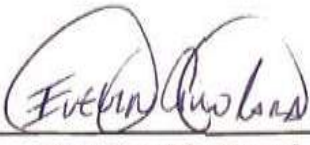
Presidente del tribunal

Ing. García Loor Ana del Rocío



Miembro del tribunal

Ing. Marcillo Pin Karla Rossana



Miembro del tribunal

Ing. Cano Lara Evelyn Dyann

DEDICATORIA

Al concluir esta hermosa etapa de mi vida, deseo expresar mi más sincero agradecimiento a las personas que han sido una bendición constante en este camino y que, con su amor, apoyo y presencia, hicieron posible alcanzar este logro, pues cada paso recorrido ha estado acompañado de motivación, confianza y aprendizaje, elementos que hoy se reflejan en la satisfacción de haber cumplido una meta importante.

Enríquez Burbano Johanna Mariuxi

En primer lugar, agradezco profundamente a Dios, quien ha sido mi guía permanente y mi mayor fortaleza, su presencia ha iluminado cada decisión, cada paso y cada sueño, brindándome paz, fe y la certeza de que nunca camino sola. En Él encontré inspiración, esperanza y la confianza necesaria para seguir avanzando con serenidad y gratitud.

A mi esposo, por su amor, su paciencia y su apoyo constante a lo largo de este proceso, gracias por estar siempre a mi lado, por acompañarme en cada etapa y por impulsarme con palabras de aliento y gestos llenos de cariño que hicieron este camino aún más significativo.

A mis padres, por su apoyo, su ejemplo y su presencia permanente en mi vida. Su amor ha sido un pilar fundamental que me ha motivado a seguir creciendo, a esforzarme y a valorar cada logro alcanzado, convirtiéndose en una fuente constante de inspiración.

A mi hija, mi mayor alegría e inspiración, quien con su sola presencia da sentido a cada meta y llena de luz cada uno de mis sueños. Pensar en ella ha sido siempre una motivación para seguir avanzando con ilusión y esperanza.

Finalmente, agradezco a mí misma, por la confianza, la constancia y la determinación para seguir adelante con fe, optimismo y gratitud, siempre de la mano de Dios y con la convicción de que cada paso dado ha valido la pena.

“La fe es dar el primer paso, incluso cuando no ves toda la escalera.”

Martin Luther King Jr.

**“GESTIÓN ESTRATÉGICA Y COMPETITIVIDAD EN LAS MIPYMES
COMERCIALES DEL SECTOR NUEVO TARQUI, 2025”**

**“STRATEGIC MANAGEMENT AND COMPETITIVENESS IN COMMERCIAL
MSMES OF THE NUEVO TARQUI SECTOR, 2025”**

Enríquez Burbano Johanna Mariuxi

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

e2350201394@live.ulead.edu.ec

Johanna Mariuxi Enríquez Burbano¹ <https://orcid.org/0009-0005-9483-7868>

Ing. Hernán Vladimir Salcedo Lora² <https://orcid.org/0000-0001-8954-0940>

Código Clasificación: M10, M21, L25, O12

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo analizar la relación entre la gestión estratégica y la competitividad en las MIPYMES comerciales del sector Nuevo Tarqui, del cantón Manta, durante el año 2025. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, transversal y descriptivo teniendo una población conformada por 1.764 propietarios de las mismas, de los cuales se seleccionó una muestra probabilística de 316 encuestados. Como técnica de recolección de datos, se utilizó la encuesta aplicada mediante un cuestionario estructurado con escala Likert. Los resultados evidenciaron niveles bajos en la planificación y formulación estratégica, mientras que la competitividad presentó niveles altos, especialmente en recursos, productividad y control de calidad. De igual manera, se identificó una relación positiva y estadísticamente significativa entre la gestión estratégica y la competitividad lo que confirma, la influencia de las prácticas estratégicas en el desempeño competitivo de las MIPYMES analizadas.

PALABRAS CLAVES: Gestión estratégica, Competitividad empresarial, Planificación, Recursos organizacionales, Productividad, Control interno.

ABSTRACT

The present project aimed to analyze the relationship between strategic management and competitiveness in commercial MIPYMES in the Nuevo Tarqui sector, in the canton of Manta, during the year 2025. The research was conducted under a quantitative approach, with a non-experimental, cross-sectional, and descriptive design, considering a population of 1,764 business owners, from which a probabilistic sample of 316 respondents was selected. As a data collection technique, a survey was applied using a structured questionnaire with a Likert scale. The results showed low levels of strategic planning and formulation, while competitiveness presented high levels, especially in resources, productivity, and quality control. Likewise, a positive and statistically significant relationship was identified between strategic management and competitiveness, which confirms the influence of strategic practices on the competitive performance of the analyzed MIPYMES.

KEY WORDS: Strategic management, Business competitiveness, Planning, Organizational resources, Productivity, Internal control.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad los mercados altamente dinámicos son caracterizados por la crisis económica recurrente y una alta competencia empresarial, pues las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) son un papel fundamental en la generación de ofertas de empleo y el desarrollo económico territorial. En países como Ecuador, estas entidades productivas representan el 99% del tejido empresarial, por lo tanto, su desarrollo influye de forma directa en la estabilidad económica y social del país (OIT, 2022). Sin embargo, a pesar de su relevancia las MIPYMES enfrentan importantes limitantes estructurales que afectan su capacidad de crecimiento y sostenibilidad, entre estas se encuentra la gestión estratégica, negocios poco formalizados, falta de apoyo financiero y escasa capacidad empresarial.

A nivel nacional, mucho de los negocios informales que superan el 55% del empleo, afecta directamente al acceso de la capacitación formal, financiamiento y procesos de mejora constante, dificultando el fortalecimiento institucional operativo de las microempresas (Monserate, Francisco, & Estefanía, 2024). También, en investigaciones de los últimos años han identificado la falta de estructuras organizacionales definidas, procesos sistematizados y estrategias de desarrollo como factores que limitan la competitividad y la capacidad de supervivencia de las MIPYMES (Mero, 2023). Considerando el contexto regional, la (CEPAL, 2019) advirtió que las debilidades internas reducen la capacidad de repuesta ante entornos económicos en constante cambio y profundizan la brecha frente a empresas más grandes o internacionalizadas.

Dado este escenario, resulta importante resaltar la importancia de esta problemática, ya que la falta de una gestión estratégica adecuada reduce la capacidad de las MIPYMES para adaptarse a los constantes cambios del entorno que surgen día a día, mantener sus actividades y garantizar su competitividad a largo plazo. En sectores comerciales como Nuevo Tarqui, es donde más hay actividad económica diaria y competencia directa, una gestión deficiente hace que la productividad baja de manera inmediata, en la calidad del servicio y en el uso correcto de los recursos, puesto que son los factores esenciales para mantener o mejorar su posición en el mercado; situación que también ha sido evidenciada en el contexto empresarial de Manta, donde investigaciones como la de (Morales, 2022) identifican debilidades de procesos estratégicos formales que inciden en los niveles de competitividad de las pequeñas y medianas empresas.

Esta situación hace que el análisis de la relación entre la gestión estratégica y competitividad sea un tema muy importante para el desarrollo empresarial y local. En este sentido la presente investigación se justifica de la siguiente manera: A nivel macro, aporta a la comprensión de la realidad de las MIPYMES que forman la base del tejido empresarial ecuatoriano y que necesitan fortalecer sus prácticas estratégicas para de esa manera mejorar la su sostenibilidad y competitividad. A nivel meso, el estudio pasa a ser importante al enfocarse en el sector comercial Nuevo Tarqui, un entorno caracterizado por la informalidad, las reubicaciones y la competencia desleal, donde la ausencia de planificación formal afecta directamente en el desempeño de los negocios. Y por último a nivel micro, la investigación resulta valiosa desde el ámbito académico y personal, ya que permite generar conocimientos que pueden aplicarse y brindar información útil, ya sea para futuros estudios como para propietarios de las MIPYMES interesados en mejorar su gestión empresarial.

Como consecuencia de estos elementos, se formuló la siguiente interrogante de investigación: ¿cómo influye la gestión estratégica en la competitividad de las MIPYMES comerciales del sector Nuevo Tarqui, en el año 2025? En consecuencia, el objetivo del presente artículo fue analizar la relación entre la gestión estratégica y la competitividad en las MIPYMES, considerando dimensiones vinculadas a la planificación, formulación y

control estratégico, así como al manejo de recursos, productividad y calidad del servicio. También se formuló como hipótesis que la aplicación adecuada de la gestión estratégica puede fortalecer la competitividad de las MIPYMES comerciales del sector Nuevo Tarqui, mejorando su desempeño, su adaptación al entorno y mejor posicionamiento en el mercado local.

A partir de lo antes expuesto, se definieron las variables principales para el análisis del estudio, tomando como referencia la investigación desarrollada por (Mero, 2023) quién abordó la relación entre gestión estratégica y competitividad en MIPYMES comerciales. La primera fue la gestión estratégica, definida como el conjunto de acciones relacionadas con la planificación, la formulación y el control de las actividades empresariales. Esta variable se analizó a partir de indicadores como la definición de metas, el uso de cronogramas, formulación de objetivos, el análisis estratégico y las herramientas de seguimiento y corrección, conforme a la operacionalización propuesta por la autora.

La gestión estratégica se define como un proceso integral orientado a la formulación, implementación y evaluación de decisiones que permiten a las organizaciones administrar de manera eficiente sus recursos y alcanzar objetivos en el mediano y largo plazo. Su propósito es establecer una orientación clara que guíe el funcionamiento empresarial frente a entornos competitivos y cambiantes, facilitando la adaptación, el aprovechamiento de oportunidades y la generación de ventajas competitivas sostenibles, (Marins, 2025). Desde esta perspectiva, (Prieto, 2023) señala que la gestión estratégica comprende un conjunto de acciones debidamente planificadas que permiten estructurar procesos organizacionales, coordinar la participación del talento humano y fortalecer la toma de decisiones para responder eficazmente a los cambios del entorno económico, comercial y competitivo, considerando además el diseño de estructuras organizativas y la evaluación permanente de los resultados obtenidos.

Esta variable se desarrolla a partir de tres dimensiones principales como; la planificación, la formulación y el control estratégico (Mero, 2023). La planificación estratégica, que es la que se relaciona con la definición de metas y la elaboración de cronogramas que permiten guiar las actividades empresariales, lo que facilita una mejor organización de los recursos y permite anticiparse a los diferentes cambios que se presentan diariamente (Prieto, pág. 23).

La formulación estratégica, se enfoca en el planteamiento de objetivos y en el análisis de los factores internos y externos que influyen en el desempeño organizacional, facilitando la toma de decisiones correspondientes a la actividad del negocio (Tomalá, 2023).

Por su parte el control estratégico, considera los procesos de seguimiento y corrección necesarios para evaluar el avance de las medidas aplicadas y realizar ajustes cuando los resultados no coinciden con los objetivos planteados, favoreciendo la mejora continua de la gestión empresarial (Marins, 2025).

Al ampliar esta idea, los enfoques clásicos destacan la importancia de que las empresas definan con claridad su propósito como punto de partida de la estrategia. El autor Druker (1954), señala que la gestión estratégica comienza con la definición clara de los objetivos del negocio, los cuales deben de estar orientados a la innovación, productividad y el desempeño organizacional. Del mismo modo, el autor Porter (1980), explica que la estrategia empresarial debe centrarse en la generación de ventajas competitivas ya sea mediante la diferenciación

o el liderazgo en costos, integrando de manera coherente las actividades que conforman la cadena de valor de la empresa. Por otro lado, en autor David (2008), conceptualiza la gestión estratégica como el arte y la ciencia de formular, implantar y evaluar decisiones en las distintas áreas funcionales de la organización, permitiendo alcanzar eficazmente los objetivos institucionales.

La segunda variable fue la competitividad la cual se refiere a la capacidad de las MIPYMES para mantener y mejorar su posición en el mercado a través del uso adecuado de los recursos, la productividad operativa y la calidad del servicio. Para su evaluación se consideraron indicadores como el manejo del personal, la adopción tecnológica, la puntualidad en la atención, la eficiencia operativa, la calidad del producto y la gestión de reclamos, tomando como referencia la operacionalización del autor (Mero, 2023). Estos elementos ayudaron a orientar el estudio y analizar la relación entre las dos variables en el sector comercial Nuevo Tarqui.

La competitividad es un concepto de gran relevancia en la gestión organizacional, ya que refleja la capacidad de las empresas de posicionarse y mantenerse en mercados cada vez más dinámicos y globalizados. El autor (Labarca, 2020), señala que *la competitividad es un factor clave para el crecimiento económico de un país, ya que las empresas competitivas aportan directamente a su desarrollo al incrementar la productividad y el uso de los recursos*. Es decir que, la competitividad no depende únicamente de las condiciones del mercado, sino también de la capacidad que tienen las empresas para organizar, coordinar y aprovechar de manera estratégica sus recursos internos.

La competitividad empresarial se explica mediante dimensiones internas que reflejan la capacidad operativa de las MIPYMES. Algunas de estas son los recursos disponibles, la productividad y el control de calidad. Los recursos incluyen tanto el talento humano como el uso de herramientas tecnológicas, elementos que inciden directamente en la eficiencia del negocio y en la atención al cliente (Bernabé, pág. 12).

La productividad se relaciona con el aprovechamiento adecuado del tiempo y la correcta distribución de tareas para cumplir oportunamente con la entrega de productos o servicios, aspecto fundamental para mejorar el desempeño competitivo, (INEC, 2023).

El control de la calidad se refiere a las acciones que permite verificar que los bienes o servicios ofrecidos cumplan con las normas establecidas, así como la adecuada atención de los reclamos de los clientes. Estas acciones ayudan a mejorar la satisfacción del cliente y a fortalecer la percepción favorable de la empresa frente al mercado, (Caiza & Martínez, 2020).

Desde el punto de vista empresarial, (Muñoz & Fierro, 2020) señalan que la competitividad se relaciona con la capacidad de las empresas para mantener y fortalecer su posición en los mercados locales e internacionales de manera rentable, lo que permite un crecimiento sostenible. Así mismo, (Laiseca & Quintero, 2024), señalan que la competitividad está directamente relacionada con la productividad ya que al tener una adecuada administración de los recursos permite responder con mayor rapidez las necesidades del mercado y crear ventajas frente a la competencia. De este modo, la competitividad puede considerarse como el resultado de un proceso continuo de gestión estratégica en el que la empresa necesita adaptarse, innovar y responder de forma frecuente al entorno competitivo.

En el ámbito interno, (Arango & Gómez, 2024), destacan que la competitividad se encuentra directamente relacionada con la organización y la de capacidad productiva de la empresa teniendo en cuenta aspectos como la infraestructura, los procesos operativos y la gestión de talento humano. La identificación y sistematización de estos elementos internos hacen más sencilla la aplicación de acciones orientadas a mejorar la eficiencia, la productividad y la capacidad de repuesta de la empresa frente a los competidores, lo que permite consolidar la posición de la empresa en el mercado.

Así, la competitividad en las MIPYMES no solo se logra mediante estrategias de mercado externas, sino también fortaleciendo su estructura interna y la gestión eficiente de sus recursos, lo que resulta indispensable para su sostenibilidad y crecimiento en entornos exigentes y cambiantes.

Por lo tanto, la gestión estratégica empresarial conlleva mucho esfuerzo y tener los objetivos bien definidos y claros, es fundamental para sobresalir en el ámbito empresarial, pues sin importar cuan claras estén las metas, sino se cuentan con recursos necesarios, difícilmente se lograrán obtener los resultados planteados y peor aún generar ventajas competitivas que permitan sobresalir entre las empresas locales.

El autor (García, 2019), explica que las empresas además de tener sus objetivos bien estructurados o definidos, también deben hacer un uso adecuado de los recursos que disponen, ya sea los recursos humanos, los financieros, materiales y tecnológicos, pues de esta manera se podría lograr un mejor desempeño organizacional. En este contexto, diferentes autores indican que las MIPYMES ecuatorianas enfrentan problemas asociados con la falta de capacitación, falta de metas claras hacia el futuro y falta del uso de las herramientas tecnológicas, por lo que se les dificulta tener un crecimiento y desarrollo. Estas limitaciones se evidencian directamente en el desempeño empresarial, afectado ámbitos como la calidad del servicio, la satisfacción de los clientes, la rentabilidad y la estabilidad del personal (Caiza & Martínez, 2020).

En síntesis, la gestión estratégica y la competitividad constituyen variables estrechamente vinculadas dentro del desarrollo organizacional de las MIPYMES. La primera, estructurada en las dimensiones de planificación, formulación y control estratégico, permite orientar el uso eficiente de los recursos y la toma de decisiones empresariales. La segunda, expresada a través de dimensiones como recursos, productividad y control de calidad, refleja la capacidad operativa y el posicionamiento de la empresa en el mercado. En coherencia con los fundamentos teóricos revisados y tomando como referencia la operacionalización propuesta por (Mero, 2023), se elaboró el instrumento de investigación considerando dichas dimensiones e indicadores, permitiendo medir de manera sistemática la relación entre ambas variables en el sector comercial Nuevo Tarqui.

Una vez revisados los principales conceptos relacionados con las variables gestión estratégica y la competitividad, es importante analizar cómo estos se manifiestan en contextos reales y en estudios aplicados. En la ciudad de Manta, particularmente en el sector Nuevo Tarqui, estas dificultades se evidencian por factores de prácticas de competencia desleal, los cuales han limitado la adopción de modelos formales de gestión estratégica (Montenegro, 2024). Como consecuencia, muchos negocios presentan dificultades para planificar, mantenerse en el mercado y proyectarse a largo plazo, lo que reduce las posibilidades de crecimiento competitivo, situación que ha sido recurrentemente identificada en estudios previos sobre las MIPYMES.

Un estudio ejemplar es el del autor (Tomalá, 2023) quién lo realizó en la parroquia de Antoncito aplicando el enfoque cuantitativo en donde evidenció que el mas de 60% de las MIPYMES analizadas no contaban con ninguna planificación estratégica formal, lo que se reflejó en bajos niveles de productividad y deficiencias en la atención al cliente, además de un uso limitado de herramientas tecnológicas, identificándose estas debilidades como factores que restringen la competitividad local.

Asimismo, (Bernardino, 2023), mediante una investigación no experimental con enfoque mixto, aplicada a MIPYMES comerciales de la parroquia Chanduy, determinó que más del 70 % de las empresas evaluadas presentaron deficiencias en la gestión estratégica, evidenciándose falencias en filosofía empresarial, tecnología y sistemas de gestión. Asimismo, los resultados mostraron que la informalidad y la falta de estructuras organizativas incidieron directamente en la baja capacidad competitiva y sostenibilidad de los negocios analizados.

En el ámbito real, un estudio realizado por (Bernabé, 2023) en la empresa Serlipen S.A. basado en encuestas con escala de Likert, evidenció que el 55% de los encuestados consideró que una adecuada planificación estratégica contribuye a reducir la incertidumbre, facilitar el cumplimiento de objetivos y evaluar los resultados obtenidos. A su vez, el 85% manifestó estar totalmente de acuerdo con que la diferenciación representa un aspecto clave para el crecimiento organizacional. De igual manera, el 94% de los clientes calificó el servicio entre excelente y muy bueno, lo que refleja una relación positiva entre la aplicación de herramientas estratégicas y el posicionamiento empresarial.

En consecuencia, (Pesántez, 2023), a partir de un análisis descriptivo de las MIPYMES ecuatorianas, identificó que las microempresas registraron pérdidas económicas de -27,6 millones de dólares, mientras que las pequeñas y medianas empresas concentraron apenas el 13,1 % de la utilidad total evidenciando una marcada debilidad competitiva asociada a la limitada gestión estratégica y al bajo fortalecimiento de capacidades internas

Tomando en cuenta la importancia de la planificación estratégica para mejorar la competitividad empresarial y la limitada implementación de estas prácticas en el sector Nuevo Tarqui el presente estudio se presenta como adecuado desde el ámbito económico, social y académica, teniendo como objetivo principal aportar al fortalecimiento organizacional de las MIPYMES mediante la identificación de oportunidades de mejora que permitan optimizar la planificación, el uso de recursos y la capacidad competitiva. Asimismo, la investigación constituye un referente para futuros estudios interesados en analizar el desarrollo de las MIPYMES en contextos similares.

METODOLOGÍA

La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, de tipo transversal y descriptivo, orientado a analizar la relación entre la gestión estratégica y la competitividad en las MIPYMES comerciales del sector Nuevo Tarqui, del cantón Manta, durante el año 2025. En este estudio no se modificó las variables, solo se observó como funcionaban las MIPYMES en ese momento y se recopiló la información una sola vez, según lo planteado en los objetivos.

La población de estudio estuvo conformada por 1.764 propietarios de MIPYMES pertenecientes al sector comercial Nuevo Tarqui. Para calcular el tamaño de la muestra se aplicó la fórmula para poblaciones finitas,

Facultad de Ciencias Administrativas. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Manta, Ecuador.

https://revistas.uleam.edu.ec/index.php/business_science

Licencia de Creative Commons (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>)

considerando un nivel de confianza del 95 % ($Z = 1,96$), una proporción estimada de $p = 0,5$ y $q = 0,5$, y un margen de error del 5 %, obteniéndose un tamaño muestral de 316 encuestados y se aplicó un tipo de muestreo probabilístico que permitió que la muestra represente a la población analizada.

Para obtener la información se aplicó una encuesta dirigida directamente a los dueños de cada MIPYMES del sector estudiado, utilizando como instrumento un cuestionario estructurado y elaborado a partir de la operacionalización de las variables, considerando los objetivos y los referentes teóricos revisados, y a su vez la aplicación se realizó de manera planificada para cubrir la totalidad de la muestra, lo que permitió recopilar datos exactos y confiables que muestran la realidad del funcionamiento de los negocios y facilitando el análisis en el contexto de la investigación.

La variable gestión estratégica se analizó tomando en cuenta tres dimensiones. La primera fue la planificación estratégica, evaluada mediante indicadores relacionados con la definición de metas y el uso de cronogramas. En esta dimensión se incluyeron ítems como: “¿Usted establece metas claras a corto o mediano plazo en el negocio?” y “¿Sigue un calendario o cronograma para cumplir con las tareas del negocio?”. Estas preguntas permitieron identificar el grado en que los propietarios organizan anticipadamente sus actividades y orientan sus acciones hacia objetivos previamente establecidos.

La segunda dimensión fue la formulación estratégica, que se midió a partir de la formulación de objetivos y del análisis de factores internos y externos que influyen en la empresa. Se aplicaron preguntas como: “¿Define objetivos para el negocio y los toma en cuenta en su trabajo diario?” y “¿Realiza análisis de fortalezas, debilidades u oportunidades para tomar decisiones?”. A través de estos ítems se evaluó la capacidad del negocio para estructurar decisiones estratégicas basadas en un diagnóstico organizacional.

Finalmente, el control estratégico se evaluó considerando los procesos de seguimiento y corrección aplicados en las actividades de las MIPYMES, mediante ítems como: “¿Lleva un control sobre el avance de las metas de su negocio?” y “¿Hace cambios en la forma de trabajar cuando los resultados no son los esperados?”. Estas preguntas permitieron medir el nivel de supervisión, evaluación y ajuste continuo en la gestión empresarial.

De la misma forma, la variable competitividad se evaluó mediante tres dimensiones. La dimensión recursos incluyó indicadores relacionados con el manejo del personal y el uso de tecnología, evaluados a través de preguntas como: “¿Supervisa o guía al personal para que atienda correctamente a los clientes?” y “¿Utiliza herramientas tecnológicas (como caja registradora, redes sociales o aplicaciones) en el negocio?”. Estos ítems permitieron analizar la capacidad interna de la empresa para organizar y optimizar sus recursos humanos y tecnológicos.

La dimensión productividad se evaluó a partir de la puntualidad y el rendimiento operativo, mediante preguntas como: “¿Entrega productos o servicios dentro del tiempo esperado por los clientes?” y “¿Distribuye las tareas del día para que los clientes sean atendidos sin retrasos?”. Con ello se buscó medir la eficiencia operativa y el cumplimiento oportuno de las actividades comerciales.

Por su parte, el control de calidad se analizó tomando en cuenta la calidad del producto o servicio ofrecido y la atención de los reclamos de los clientes, incluyendo ítems como: “¿Revisa la calidad de los productos o

servicios que ofrece?” y “¿Atiende las quejas o reclamos de los clientes de manera efectiva?”. Estos indicadores permitieron valorar el nivel de satisfacción y la orientación al cliente como componentes fundamentales de la competitividad.

En cuanto a las preguntas del cuestionario se elaboraron utilizando una escala de tipo Likert, lo que permitió medir de forma cuantitativa la apreciación de los encuestados sobre cada uno de los indicadores determinados. Los datos recolectados fueron procesados mediante estadística descriptiva, utilizando el software SPSS, lo que facilitó la organización de la información en tablas de frecuencia y porcentajes, garantizando un análisis objetivo riguroso y replicable de los resultados, en coherencia con los objetivos planteados en la investigación.

RESULTADOS

Los resultados obtenidos evidenciaron que las MIPYMES comerciales del sector Nuevo Tarqui presentaron debilidades en la gestión estratégica, principalmente en las dimensiones de planificación y formulación estratégica, mientras que, de forma simultánea, alcanzaron niveles altos de competitividad, especialmente en recursos, productividad y control de calidad. Asimismo, el análisis estadístico demostró la existencia de una relación positiva y estadísticamente significativa entre la gestión estratégica y la competitividad lo que, confirmó que el fortalecimiento de las prácticas estratégicas influyó favorablemente en el desempeño competitivo de los negocios analizados.

Para evaluar la confiabilidad del instrumento se utilizó el coeficiente alfa de Cronbach, considerando los siguientes criterios de interpretación: excelente ($\alpha \geq 0,90$), buena (0,80–0,89), aceptable (0,70–0,79), cuestionable (0,60–0,69), pobre (0,50–0,59) e inaceptable ($\alpha < 0,50$).

Tabla 1. Coeficiente de fiabilidad del instrumento de investigación
Estadístico

	<i>Valor</i>
<i>Alfa de Cronbach</i>	0,852
<i>Alfa basada en elementos estandarizados</i>	0,849
<i>Número de ítems</i>	12
<i>Casos válidos (N)</i>	316

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en SPSS.

El instrumento aplicado evidenció una adecuada consistencia interna. El valor del alfa de Cronbach obtenido ($\alpha = 0,852$) se ubicó en un nivel bueno, lo que confirmó la coherencia y estabilidad de los ítems utilizados para medir las variables de gestión estratégica y competitividad. Este resultado respaldó la confiabilidad de la información recolectada y la validez de los datos para el posterior análisis estadístico.

Tabla 2 Nivel de gestión estratégica y competitividad en las MIPYMES comerciales del sector Nuevo Tarqui

<i>Variable / Dimensión</i>	<i>Bajo (%)</i>	<i>Medio (%)</i>	<i>Alto (%)</i>
<i>Gestión estratégica</i>			
<i>Planificación estratégica</i>	46,52	18,67	24,05
<i>Formulación estratégica</i>	43,35	19,94	25,00
<i>Control estratégico</i>	2,53	1,90	68,67
<i>Competitividad</i>			
<i>Recursos</i>	3,48	8,54	82,59
<i>Productividad</i>	5,06	0,00	94,94
<i>Control de calidad</i>	0,63	13,29	78,16

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta.

Nota: N = 316. Escala Likert: Bajo (1–2), Medio (3), Alto (4–5).

Las dimensiones de planificación estratégica y formulación estratégica se concentraron mayoritariamente en el nivel bajo, lo que evidencia una limitada definición de metas y objetivos, así como un escaso análisis estratégico formal en las MIPYMES del sector Nuevo Tarqui. En contraste, el control estratégico se ubicó predominantemente en el nivel alto, indicando la existencia de acciones de supervisión y corrección en el desarrollo de las actividades operativas.

Respecto a la competitividad, las dimensiones relacionadas con los recursos, la productividad y el control de calidad se posicionaron mayoritariamente en el nivel alto, reflejando un desempeño operativo favorable, caracterizado por el uso adecuado de los recursos disponibles, el cumplimiento eficiente de las actividades productivas y una adecuada atención al cliente.

A partir de estos resultados descriptivos presentados en la Tabla 2, se procedió al análisis de la relación entre la gestión estratégica y la competitividad. Para la interpretación de los coeficientes de correlación obtenidos mediante el Rho de Spearman, se consideró el siguiente criterio: correlación muy débil (0,00–0,19), débil (0,20–0,39), moderada (0,40–0,59), fuerte (0,60–0,79) y muy fuerte (0,80–1,00).

Tabla 3. Correlación entre gestión estratégica y competitividad

<i>Prueba estadística</i>	<i>Coefficiente</i>	<i>Significancia (p)</i>	<i>N</i>
<i>Rho de Spearman</i>	0,452	< 0,001	316

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en SPSS.

Los resultados evidenciaron una relación positiva y estadísticamente significativa entre la gestión estratégica y la competitividad de las MIPYMES comerciales del sector Nuevo Tarqui. El coeficiente Rho de Spearman ($\rho = 0,452$; $p < 0,001$) indicó una correlación positiva de magnitud moderada, lo que demuestra que el fortalecimiento de las prácticas de gestión estratégica se asocia con mayores niveles de competitividad en los negocios analizados.

DISCUSIÓN

Los resultados del estudio mostraron que la gestión estratégica constituye un factor determinante para la competitividad de las MIPYMES, aunque su aplicación formal aún es limitada en el sector comercial Nuevo Tarqui. La información recolectada muestra que, si bien los negocios alcanzan niveles altos de competitividad operativa, persisten debilidades en la planificación y formulación estratégica, lo cual indica que gran parte del desempeño competitivo se sostiene en prácticas empíricas y en la experiencia acumulada de los propietarios, más que en procesos estratégicos estructurados.

Esto coincide con lo mencionado por (Tomalá, 2023), quien demuestra que la falta de una planificación estratégica formal limita el uso adecuado de los recursos y afecta en la productividad y en la atención al cliente de las MIPYMES. Sin embargo, esta investigación realizada amplía este planteamiento al mostrar que, a pesar de que estas debilidades continúan presentes, los negocios logran mantenerse competitivos. Este resultado indica que la MIPYMES desarrollan una habilidad de adaptación en los procesos operativos que les permite responder a entornos en constante cambio y altamente competitivos, como el sector comercial Nuevo Tarqui.

De manera similar, los hallazgos guardan relación con lo expuesto por (Bernardino, 2023), quien sostiene que la informalidad y la falta de estructuras organizativas inciden negativamente en la sostenibilidad empresarial. No obstante, los resultados de esta investigación muestran que dicha informalidad no impide totalmente el logro de niveles aceptables de competitividad, aunque sí limita su consolidación a largo plazo, reforzando la necesidad de fortalecer la gestión estratégica como un mecanismo para sostener y potenciar el desempeño empresarial.

Lo anterior, también se respaldan a través de lo planteado por (Bernabé, 2023), quien señala que: *la aplicación de herramientas estratégicas ayuda a mejorar la toma de decisiones y beneficia el crecimiento organizacional*. Tomando en cuenta este aporte, la relación positiva identificada entre la gestión estratégica y la competitividad evidencia que cuando las MIPYMES incorporan prácticas estratégicas de forma más organizada, su capacidad competitiva tiende a incrementarse, por lo que hace posible cumplir el objetivo central del estudio y confirmar la hipótesis antes planteada.

Por esta razón, el principal hallazgo del estudio consiste en demostrar la existencia de una brecha entre la gestión estratégica formal y el desempeño competitivo real de las MIPYMES, lo que supone un aspecto relevante y novedoso para su análisis, este resultado permite entender que la competitividad no depende únicamente de la aplicación de modelos estratégicos tradicionales, sino también de la capacidad de adaptación de los negocios. Por lo cual, los resultados muestran que dicha competitividad podría fortalecerse de manera considerable mediante la implementación de una gestión estratégica más estructurada.

Tomando en cuenta las limitaciones, se reconoce que la investigación se desarrolló bajo un diseño transversal y en un sector comercial específico en este caso el sector Nuevo Tarqui, lo que impide analizar el comportamiento de las variables a largo plazo y generalizar los resultados a otros contextos sin considerar sus características distintivas. Sin embargo, los resultados muestran una base sólida para nuevas investigaciones que permitan profundizar en el análisis temporal de la gestión estratégica y su relación con otros factores organizacionales.

Para recalcar un poco más, la evidencia obtenida confirma que la gestión estratégica influye positivamente en la competitividad de las MIPYMES del sector Nuevo Tarqui, validando los objetivos propuestos y aportando conocimiento relevante para el fortalecimiento empresarial, la toma de decisiones gerenciales y el diseño de estrategias orientadas a la sostenibilidad y el crecimiento competitivo.

CONCLUSIONES

El estudio permite concluir que la gestión estratégica incide de manera directa en la competitividad de las MIPYMES comerciales del sector Nuevo Tarquí, evidenciándose que el fortalecimiento de prácticas estratégicas estructuradas favorece un mejor desempeño empresarial en el mercado local. Esta relación confirma que la competitividad no depende únicamente de la dinámica operativa, sino también del grado de formalización estratégica adoptado por los negocios.

No obstante, se determinó que la planificación estratégica presenta una aplicación limitada, lo que refleja una débil estructuración en la definición de metas y en la organización formal de las actividades empresariales. Esta situación se complementa con debilidades en la formulación estratégica, donde la ausencia de análisis sistemático y objetivos claramente definidos evidencia una gestión eminentemente empírica que podría restringir el crecimiento sostenible a largo plazo.

En contraste, el control estratégico muestra una mayor presencia en la gestión cotidiana, ya que las MIPYMES aplican mecanismos de seguimiento y ajustes operativos, aunque estos se orientan más a la corrección inmediata que a una anticipación estratégica integral.

En cuanto a la competitividad, se concluye que las MIPYMES mantienen un desempeño favorable sustentado en el uso adecuado del talento humano y de herramientas tecnológicas disponibles, lo que contribuye al sostenimiento de su posición en el mercado. De igual forma, las prácticas asociadas a la productividad, especialmente la puntualidad y la eficiencia en la atención al cliente, constituyen una fortaleza del sector, al igual que las acciones de control de calidad y atención de reclamos, las cuales fortalecen la satisfacción del cliente y la imagen empresarial.

En conjunto, los hallazgos evidencian la existencia de una brecha entre la gestión estratégica formal y el desempeño competitivo alcanzado, lo que permite afirmar que la consolidación de procesos estratégicos más estructurados no solo reforzaría la sostenibilidad de los negocios, sino que potenciaría la competitividad ya desarrollada en el sector.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arango, L. F., & Gómez, J. M. (2024). *Innovación y competitividad en las organizaciones*. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/378568485_Innovacion_y_competitividad_en_las_organizaciones
- Bernabé, V. E. (2023). *Gestión estratégica y posicionamiento de la compañía Serlipen S.A., del cantón La Libertad, año 2022* [Trabajo de titulación]. Universidad Estatal Península de Santa Elena. Recuperado de <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/handle/46000/9294>
- Bernardino, S. M. (2023). *Gestión estratégica en las MIPYMES comerciales de la parroquia Chanduy, provincia de Santa Elena* [Trabajo de titulación]. Universidad Estatal Península de Santa Elena. Recuperado de <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/handle/46000/10921>
- Caiza, M. E., & Martínez, P. F. (2020). *Competitividad en las MIPYMES del sector comercio de la ciudad de Latacunga*. Recuperado de <https://repositorio.utc.edu.ec>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2019). *MIPYMES en América Latina: Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. Santiago, Chile: CEPAL. Recuperado de <https://repositorio.cepal.org>
- García, M. L. (2019). *La competitividad en MIPYMES dirigidas por mujeres en la Ciudad de México*. Recuperado de <https://www.redalyc.org>
- González, J., Salazar, F., Ortiz, R., & Verdugo, D. (2019). *Gerencia estratégica: Herramienta para la toma de decisiones en las organizaciones*. Recuperado de <https://www.redalyc.org>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2023). *Registro estadístico de empresas 2023*. Quito, Ecuador: INEC. Recuperado de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec>
- Labarca, N. (2020). *Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial*. Recuperado de <https://www.redalyc.org>
- Laiseca, A. F., & Quintero, I. V. (2024). *El concepto de competitividad: Una revisión a la luz de la evolución histórica de los sistemas productivos*. Recuperado de <https://www.palermo.edu>
- Marins, J. (2025). *¿No conocías la gestión estratégica?* Recuperado de <https://asana.com/es/resources/strategic-management-stages>
- Mero, L. M. (2023). *Gestión estratégica y competitividad en las MIPYMES* [Trabajo de titulación]. Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- Monserate, G. M., Francisco, Á. R., & Estefanía, M. A. (2024). *Sector informal y pobreza 2019–2023: Un análisis socioeconómico desde Ecuador*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10892442>
- Montenegro, A. M. (2024). *Estrategias de marketing digital para pequeñas y medianas empresas*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es>

- Morales, D. G. (19 de 08 de 2022). Factores Determinantes de Competitividad de las Pymes Dedicadas a Industrias Manufactureras de Manta. 96. Obtenido de <https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/6010/1/ULEAM-ADM-0305.PDF>
- Muñoz, G. D., & Fierro, D. G. (2020). *La competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es>
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2022). *Impulsando la productividad en América Latina*. Ginebra, Suiza: OIT. Recuperado de <https://www.ilo.org>
- Paz, R. C., & Gómez, D. G. (2019). *Productividad y competitividad*. Recuperado de <https://nulan.mdp.edu.ar>
- Pesántez, L. B. (2023). *Las MIPYMES en Ecuador: Factores internos y externos que influyen en su competitividad*. Recuperado de <https://www.researchgate.net>
- Prieto, E. (2023). *¿Qué es la gestión estratégica y por qué es importante?* Recuperado de <https://es.snhu.edu/blog/que-es-la-gestion-estrategica>
- Salas, F. P., & Guerrero, M. V. (2023). *La gestión de la calidad y la productividad de la empresa Bastidas en la ciudad de Riobamba* [Trabajo de titulación]. Universidad Nacional de Chimborazo. Recuperado de <http://dspace.unach.edu.ec>
- Tomalá, A. J. (2023). *Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Anconcito 2019–2023*. Recuperado de <https://gadguala.gob.ec>

ANEXOS

1. Plantilla utilizada: Revista Business science

“TITULO EN MAYUSCULA DEBERÁ SER BREVE (MÁX. 15 PALABRAS), REFLEJAR EL CONTENIDO DE LA INVESTIGACIÓN Y SIN PUNTO FINAL. EL TÍTULO DEBE ESTAR ESCRITO EN ESPAÑOL”

“TITULO EN MAYUSCULA DEBERÁ SER BREVE (MÁX. 15 PALABRAS), REFLEJAR EL CONTENIDO DE LA INVESTIGACIÓN Y SIN PUNTO FINAL. EL TÍTULO DEBE ESTAR ESCRITO EN INGLÉS”

Nombre de primer Autor¹; Nombre de segundo Autor²

Universidad o afiliación a la que pertenece, Ej. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí^{1,2}

correoelectronico@autor1.com¹ ; correo@autor2.com²

Nombre de primer autor y código Orcid¹ <https://orcid.org/0000-0000-0000-0000>

Nombre de segundo autor y código Orcid ² <https://orcid.org/0000-0000-0000-0000>

Código Clasificación: [Incluir los códigos JEL correspondientes a las palabras clave](#)

RESUMEN

El resumen se debe limitar a un máximo de 150 palabras en un solo párrafo, se ubica al inicio del artículo. El resumen estará escrito en el mismo idioma del documento y deberá indicar los objetivos, procedimientos generales y resultados pertinentes en una forma concisa y clara. No se permiten citas bibliográficas ni abreviaciones que no sean identificadas previamente o que no aparecen en la lista de abreviaciones comunes

PALABRAS CLAVES: Deben ser un mínimo de cinco términos simples o compuestos, con mayúscula solo la primera letra de la primera palabra y los nombres propios, separados por comas, con punto al final de la última palabra

ABSTRACT

Todos los artículos escritos en español deben incluir un resumen en inglés, y en caso de ser en inglés el resumen debe ser escrito en español.

KEY WORDS: Deben ser un mínimo de cinco términos simples o compuestos, con mayúscula solo la primera letra de la primera palabra y los nombres propios, separados por comas, con punto al final de la última palabra, en inglés

INTRODUCCIÓN

Indicar claramente la importancia del tema, la justificación de la investigación y los antecedentes bibliográficos relevantes que fundamenten las hipótesis y los objetivos planteados, es decir, precisar el por qué y para qué de la

investigación. Los antecedentes deben apoyarse con bibliografía reciente, para que se conozca el nivel actual del tema; debe estar redactado de manera congruente y ordenada en relación con la secuencia del artículo, evitando el abuso de referencias para un concepto general; el uso de las citas debe ser preciso y específico siguiendo las normas APA (sexta edición) y llevar sangría después del primer párrafo hasta encontrar el siguiente título. No utilizar pie de página.

METODOLOGÍA

Para responder a las preguntas: ¿dónde cuándo y cómo se hizo la investigación?, se debe describir la metodología utilizada, así como el análisis estadístico. Es necesario aportar la información suficiente de cada variable, de manera que cualquier investigador pueda repetir el estudio. La información de este capítulo debe ser congruente con los objetivos planteados.

RESULTADOS

Redactados de forma clara, utilizando los verbos en pasado. Para la construcción de esta sección se debe iniciar con la elaboración de las tablas y figuras, y posteriormente redactar el texto pertinente en función de ellas. El primer párrafo de este texto debe resumir en frases concisas, claras y directas, y demostrar el hallazgo principal del estudio.

DISCUSIÓN

Es un aspecto clave en el manuscrito, en ella se pone a prueba la capacidad analítica y de autocrítica del autor sobre los hallazgos previos de otros autores. Se presentarán los principios, relaciones y generalizaciones que los resultados indican, sin recapitularlos.

Por otra parte, deben compararse e interpretarse que los resultados obtenidos de manera directa, clara y precisa, contrastándolos con los objetivos propuestos. El autor debe exponer su propia opinión sobre el tema, destacando los aspectos novedosos y relevantes del estudio, indicando de qué manera los resultados se refieren a las expectativas y literatura anteriormente citada, así como mencionando las limitaciones de la investigación; evitar que la discusión se convierta en una revisión del tema y que se repitan los conceptos que hayan aparecido en la introducción y los resultados del trabajo. Se recomienda su redacción en presente, porque los hallazgos del trabajo se consideran ya evidencia científica.

CONCLUSIONES

Indica de manera definitiva, resumida y exacta los principales resultados demostrables y comprobables del trabajo investigativo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Según normas APA 6ta. Edición, utilizar al menos veinte citas bibliográficas.

Como modelo para la construcción de referencias, se emplea el siguiente:

Libro:

Autor: Apellidos, A.A.- Nombres- (año de la publicación). Título de la obra (Edición).

Ciudad, país: Editorial

Capítulo de un libro:

Autor, A.A., y Autor, B.B., y Autor, C.C., (Año de la publicación). Título del capítulo en A.A. Editor y B.B. Editor (Eds.), Título del libro (páginas del capítulo). Ubicación:
Editorial.

INFORMACIÓN ADICIONAL PARA CONSIDERAR:

Respetar la tipografía, tamaño y márgenes establecidos en este modelo.

Todo artículo debe ser redactado a **espacio 1,5 utilizando como fuente Times New Roman** tamaño 10. El título principal del artículo (tema) debe estar en fuente Times New Roman tamaño 11, en mayúscula y centrado con negrilla; y, no debe excederse de 15 palabras. Los subtítulos (Resumen, Conclusiones y Referencias Bibliográficas) van alineados a la izquierda del renglón con la misma fuente en tamaño 10 mayúscula, suprimiendo los dos puntos después de cada título.

Las tablas/cuadros, figuras, fotos/gráficos siempre tendrán su título enumerado e incluirán su fuente y su tamaño será Times New Roman 7; deben estar centrados y hacer coincidir con la distancia horizontal del mismo. Se utilizará un solo tipo de representación de datos, sean tablas o gráficos, de preferencia del autor. **Las tablas, cuadros, figuras y gráficos deben de ser inéditas e incluidas como imagen en formato JPG.**

Las páginas deben venir numeradas. La extensión máxima del artículo será de 7.000 palabras (máx. 20 pág. Incluyendo tablas, gráficos, figuras). **Los márgenes serán de 2.5 cm para cada lado.** Las citas bibliográficas deberán estar incluidas de manera resumida en el texto y de manera detallada en la bibliografía, **no como pie de pág.** (Normas APA, 6ta. Edición)

Tabla de Operacionalización de las variables

Tabla de operacionalización de las variables

Operacionalización de las variables						
Autor (Mero, 2023)						
VARIABLE INDEPENDIENTE	CONTEXTUALIZACION	DIMENSION	INDICADOR	ITEMS	ESCALA	INSTRUMENTO
GESTION ESTRATEGICA	La gestión estratégica es el proceso mediante el cual las Empresas planifican, organizan y controlan sus acciones para orientar el negocio hacia el cumplimiento de objetivos y la mejora de su desempeño.	Planificación Estratégica	Metas	¿Usted establece metas claras a corto o mediano plazo en el negocio?	Escala de Likert	1,2,3,4,5,6
			Cronogramas	¿Sigue un calendario o cronograma para cumplir con las tareas del negocio?		
		Formulación Estratégica	Objetivos	¿Define objetivos para el negocio y los toma en cuenta en su trabajo diario?		
			Análisis	¿Realiza análisis de fortalezas, debilidades u oportunidades para tomar decisiones?		
		Control Estratégico	Seguimiento	¿Lleva un control sobre el avance de las metas de su negocio?		
			Correcciones	¿Hace cambios en la forma de trabajar cuando los resultados no son los esperados?		
VARIABLE DEPENDIENTE	CONTEXTUALIZACION				Escala de Likert	7,8,9,10,11,12
COMPETITIVIDAD	La competitividad es la capacidad que tienen las empresas para sostenerse en el mercado, diferenciarse de la competencia y responder de manera eficiente a las necesidades de sus clientes.	Recursos	Personal	¿Supervisa o guía al personal para que atienda correctamente a los clientes?		
			Tecnología	¿Utiliza herramientas tecnológicas (como caja registradora, redes sociales o aplicaciones) en el negocio?		
		Productividad	Puntualidad	¿Entrega productos o servicios dentro del tiempo esperado por los clientes?		
			Eficiencia	¿Distribuye las tareas del día para que los clientes sean atendidos sin retrasos?		
		Control de Calidad	Calidad	¿Revisa la calidad de los productos o servicios que ofrece?		
			Reclamos	¿Atiende las quejas o reclamos de los clientes de manera efectiva?		

fuerce: Elaboración propia a partir de información obtenida del autor (Mero,2023).

Tabla de consistencia

TABLA DE CONSISTENCIA										
TEMA: GESTION ESTRATEGICA Y COMPETITIVIDAD EN LAS MIPYMES COMERCIALES DEL SECTOR NUEVO TARIQUI, 2025										
VARIABLE INDEPENDIENTE	PROBLEMA GENERAL	PROBLEMA ESPECIFICO	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECIFICO	HIPOTESIS Hi	HIPOTESIS Ho	DIMENSION	INDICADOR	METODOLOGIA	
X: GESTION ESTRATEGICA	¿Cómo influye la gestión estratégica en la competitividad de las MIPYMES comerciales del sector Nuevo Tarquí, 2025?	¿Qué nivel de planificación estratégica (metas y cronogramas) aplican las MIPYMES del sector Nuevo Tarquí?	Analizar la relación entre la gestión estratégica y la competitividad en las MIPYMES comerciales del sector Nuevo Tarquí, 2025.	Determinar el nivel de aplicación de la planificación estratégica (metas y cronogramas) en las MIPYMES del sector Nuevo Tarquí.	La correcta aplicación de la gestión estratégica contribuye significativamente a mejorar la competitividad de las MIPYMES comerciales del sector Nuevo Tarquí, 2025.	La correcta aplicación de la gestión estratégica no contribuye significativamente a mejorar la competitividad de las MIPYMES comerciales del sector Nuevo Tarquí, 2025.	X: Planificación Estratégica	Metas	Enfoque cuantitativo, diseño no experimental, transversal y descriptivo, con técnica encuesta y análisis estadístico descriptivo y correlacional.	
		¿En qué medida las MIPYMES formulan objetivos y realizan análisis estratégicos en su gestión diaria?		Analizar la formulación estratégica en términos de objetivos y análisis aplicado en dichas empresas.			X: Formulación Estratégica	Objetivos		
		¿Qué mecanismos de control estratégico aplican las MIPYMES para el seguimiento y corrección de sus actividades?					Evaluar el control estratégico implementado por las MIPYMES en cuanto a seguimiento y correcciones.	X: Control Estratégico		Seguimiento
										Correcciones
VARIABLE DEPENDIENTE										
Y: COMPETITIVIDAD	¿Qué recursos (personal y tecnología) utilizan las MIPYMES del sector para sostener su competitividad?	¿Qué recursos (personal y tecnología) utilizan las MIPYMES del sector para sostener su competitividad?	Identificar los recursos (personal y tecnología) empleados por las MIPYMES para mantener su competitividad.		La correcta aplicación de la gestión estratégica contribuye significativamente a mejorar la competitividad de las MIPYMES comerciales del sector Nuevo Tarquí, 2025.	La correcta aplicación de la gestión estratégica no contribuye significativamente a mejorar la competitividad de las MIPYMES comerciales del sector Nuevo Tarquí, 2025.	Y: Recursos	Personal	Enfoque cuantitativo, diseño no experimental, transversal y descriptivo, con técnica de encuesta y análisis estadístico descriptivo y correlacional.	
				Tecnología						
		¿Cómo gestionan la productividad (puntualidad y eficiencia) en la atención de clientes y entrega de productos?		Examinar las prácticas de productividad (puntualidad y eficiencia) en la atención de clientes y entrega de productos.			Y: Productividad	Puntualidad		
				Eficiencia						
	¿Qué prácticas de control de calidad (calidad y atención de reclamos) aplican en su gestión?		Analizar las acciones de control de calidad (calidad y reclamos) implementadas por las MIPYMES.				Y: Control de Calidad	Calidad		
								Reclamos		

Fuente: Elaboración propia.

 Matriz de encuesta Uleam MiPymes Comerciales del Sector Nuevo Tarqui		
Medidas de escala: 1 muy frecuentemente 2 frecuentemente 3 ocasionalmente 4 raramente 5 nunca		
OBJETIVO:		Analizar la relación entre la gestión estratégica y la competitividad en las MIPYMES comerciales del sector Nuevo Tarqui, 2025
1. ¿Usted establece metas claras a corto o mediano plazo en el negocio?		
Muy frecuentemente Frecuentemente Ocasionalmente Raramente Nunca		
2. ¿Sigue un calendario o cronograma para cumplir con las tareas del negocio?		
Muy frecuentemente Frecuentemente Ocasionalmente Raramente Nunca		
3. ¿Define objetivos para el negocio y los toma en cuenta en su trabajo diario?		
Muy frecuentemente Frecuentemente Ocasionalmente Raramente Nunca		
4. ¿Realiza análisis de fortalezas, debilidades u oportunidades para tomar decisiones?		
Muy frecuentemente Frecuentemente Ocasionalmente Raramente Nunca		
5. ¿Supervisa o guía al personal para que atienda correctamente a los clientes?		
Muy frecuentemente Frecuentemente Ocasionalmente Raramente Nunca		
6. ¿Hace cambios en la forma de trabajar cuando los resultados no son los esperados?		
Muy frecuentemente Frecuentemente Ocasionalmente Raramente Nunca		

7. ¿Distribuye las tareas del día para que los clientes sean atendidos sin retrasos?
Muy frecuentemente Frecuentemente Ocasionalmente Raramente Nunca
8. ¿Utiliza herramientas tecnológicas (como caja registradora, redes sociales o aplicaciones) en el negocio?
Muy frecuentemente Frecuentemente Ocasionalmente Raramente Nunca
9. ¿Entrega productos o servicios dentro del tiempo esperado por los clientes?
Muy frecuentemente Frecuentemente Ocasionalmente Raramente Nunca
10. ¿Revisa la calidad de los productos o servicios que ofrece?
Muy frecuentemente Frecuentemente Ocasionalmente Raramente Nunca
11. ¿Atiende las quejas o reclamos de los clientes de manera efectiva?
Muy frecuentemente Frecuentemente Ocasionalmente Raramente Nunca
12. ¿Lleva un control sobre el avance de las metas de su negocio?
Muy frecuentemente Frecuentemente Ocasionalmente Raramente Nunca

Fuente: Elaboración propia

Formato aplicado a la encuesta



Tabla en SPSS correlación de las dos variables

Correlaciones

		V.I. GESTIONESTRATEGICA	V.D. COMPETITIVIDAD
V.I. GESTIONESTRATEGICA	Correlación de Pearson	1	,487**
	Sig. (bilateral)		<,001
	N	316	316
V.D.COMPETITIVIDAD	Correlación de Pearson	,487**	1
	Sig. (bilateral)	<,001	
	N	316	316

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Tabla en SPSS de correlación no Paramétrica

→ Correlaciones no paramétricas

Correlaciones

			V.I. GESTIONESTRATEGICA	V.D. COMPETITIVIDAD
Rho de Spearman	V.I. GESTIONESTRATEGICA	Coefficiente de correlación	1,000	,452**
		Sig. (bilateral)	.	<,001
		N	316	316
	V.D.COMPETITIVIDAD	Coefficiente de correlación	,452**	1,000
		Sig. (bilateral)	<,001	.
		N	316	316

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Tabla en SPSS de la fiabilidad

→ Fiabilidad

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

Casos		N	%
Válido		316	100,0
Excluido ^a		0	,0
Total		316	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,852	,849	12

Tabla en SPSS de las medidas por pregunta

		Estadísticos											
		¿Usted establece metas claras a corto o mediano plazo en el negocio?	¿Sigue un calendario o cronograma para cumplir con las tareas del negocio?	¿Define objetivos para el negocio y los toma en cuenta en su trabajo diario?	¿Realiza análisis de fortalezas, debilidades u oportunidades para tomar decisiones?	¿Supervisa o guía al personal para que atienda correctamente a los clientes?	¿Hace cambios en la forma de trabajar cuando los resultados no son los esperados?	¿Distribuye las tareas del día para que los clientes sean atendidos sin retrasos?	¿Utiliza herramientas tecnológicas (como caja registradora, redes sociales o aplicaciones)?	¿Entrega productos o servicios dentro del tiempo esperado por los clientes?	¿Revisa la calidad de los productos o servicios que ofrece?	¿Atiende las quejas o reclamos de los clientes de manera efectiva?	¿Lleva un control sobre el avance de las metas de su negocio?
N	Válido	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315
	Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Media	2.70	2.57	2.82	2.58	4.01	3.97	3.98	4.06	4.08	4.16	3.82	3.72

Tablas de frecuencia absoluta y relativa de la encuesta aplicada

Tabla de frecuencia absoluta

FRECUENCIA ABSOLUTA													
ESCALA DE LIKERT	¿Usted establece metas claras a corto o mediano plazo en el negocio?	¿Sigue un calendario o cronograma para cumplir con las tareas del negocio?	¿Define objetivos para el negocio y los toma en cuenta en su trabajo diario?	¿Realiza análisis de fortalezas, debilidades u oportunidades para tomar decisiones?	¿Supervisa o guía al personal para que atienda correctamente a los clientes?	¿Hace cambios en la forma de trabajar cuando los resultados no son los esperados?	¿Distribuye las tareas del día para que los clientes sean atendidos sin retrasos?	¿Utiliza herramientas tecnológicas (como caja registradora, redes sociales o aplicaciones) en el negocio?	¿Entrega productos o servicios dentro del tiempo esperado por los clientes?	¿Revisa la calidad de los productos o servicios que ofrece?	¿Atiende las quejas o reclamos de los clientes de manera efectiva?	¿Lleva un control sobre el avance de las metas de su negocio?	TOTAL
Muy frecuentemente	18	20	19	17	39	39	61	78	56	76	36	58	577
Frecuentemente	82	61	89	66	231	221	216	205	245	228	194	180	2018
Ocasionalmente	61	71	68	75	1	4	5	7	0	0	17	12	321
Raramente	100	94	98	85	22	32	34	26	15	12	49	64	631
Nunca	55	70	42	73	3	0	0	0	0	0	0	2	245
Suma	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	3792

Fuente: elaboración propia

FRECUENCIA RELATIVA													
ESCALA DE LIKERT	¿Usted establece metas claras a corto o mediano plazo en el negocio?	¿Sigue un calendario o cronograma para cumplir con las tareas del negocio?	¿Define objetivos para el negocio y los toma en cuenta en su trabajo diario?	¿Realiza análisis de fortalezas, debilidades u oportunidades para tomar decisiones?	¿Supervisa o guía al personal para que atienda correctamente a los clientes?	¿Hace cambios en la forma de trabajar cuando los resultados no son los esperados?	¿Distribuye las tareas del día para que los clientes sean atendidos sin retrasos?	¿Utiliza herramientas tecnológicas (como caja registradora, redes sociales o aplicaciones) en el negocio?	¿Entrega productos o servicios dentro del tiempo esperado por los clientes?	¿Revisa la calidad de los productos o servicios que ofrece?	¿Atiende las quejas o reclamos de los clientes de manera efectiva?	¿Lleva un control sobre el avance de las metas de su negocio?	TOTAL
Muy frecuentemente	6%	6%	6%	5%	19%	19%	19%	25%	18%	24%	18%	18%	15%
Frecuentemente	26%	19%	28%	21%	73%	70%	68%	65%	78%	72%	61%	57%	53%
Ocasionalmente	19%	22%	22%	24%	0%	1%	2%	2%	0%	0%	5%	4%	8%
Raramente	32%	30%	31%	27%	7%	10%	11%	8%	5%	4%	16%	20%	17%
Nunca	17%	22%	13%	23%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	6%
Suma	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Resultado General de la encuesta

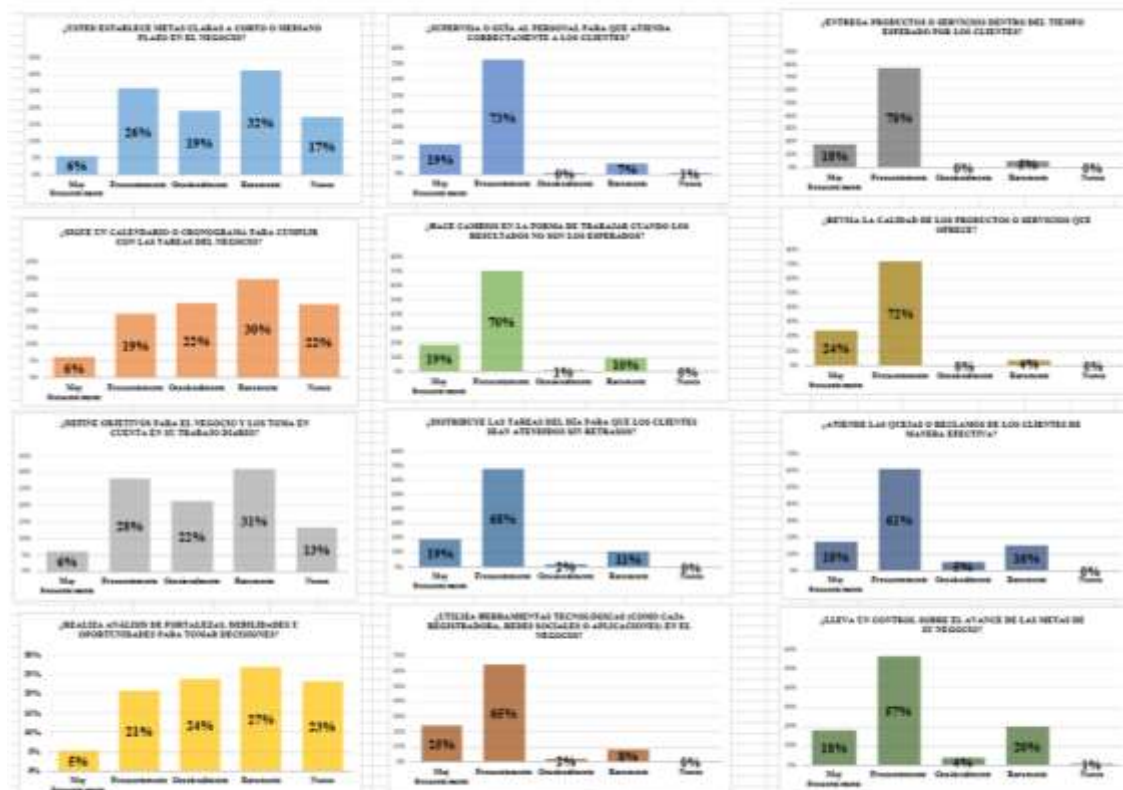
Ilustración 2. Resultado general obtenido de la tabla 2 su procesamiento



Fuente: elaboración propia

Gráficos con los resultados de cada Ítems

Ilustración: Resultados en porcentaje por pregunta



Fuente: elaboración propia

Evidencias de aplicación de encuesta

Ilustración: Encuesta a propietario de negocio



Fecha: 08/ de noviembre 2025

Ilustración: encuesta a propietario de negocio



Fecha: 08/ de noviembre 2025

Ilustración: encuesta a propietario de negocio



Fecha: 08/ de noviembre 2025

Ilustración: encuesta a propietario de negocio



Fecha: 08/ de noviembre 2025

Ilustración: encuesta a propietario de negocio



Fecha: 08/ de noviembre 2025