

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

COHORTE 2018

TEMA:

“Planificación estratégica y los niveles de competitividad en la Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de Residuos Sólidos”

Trabajo de titulación, previo a la obtención del grado académico de Magíster en
Administración Pública

Autora: Ingeniera Ruth Jimena Barahona Rivera

Director: Licenciado, Mario Patricio Padilla Martínez., PhD.

Ambato – Ecuador

2020

A la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Ciencias Administrativas

El Tribunal receptor del Trabajo de Titulación, presidido por el Ingeniero *Santiago Xavier Peñaherrera Zambrano, MBA.*, e integrado por los señores: Ingeniero, MBA. Raúl Francisco Villalba Miranda, Doctor, MBA. Walter Ramiro Jiménez Silva, designados por la *Unidad Académica de Titulación* de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato, para receptor el Informe Investigación con el tema: “PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y LOS NIVELES DE COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL PARA LA GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS” elaborado y presentado por el(la) señor(a) Ingeniera Ruth Jimena Barahona Rivera, para optar por el Grado Académico de Magíster en Administración Pública; una vez escuchada la defensa oral del Trabajo de Titulación, el Tribunal aprueba y remite el trabajo para uso y custodia en las bibliotecas de la UTA.

Ing. Santiago Xavier Peñaherrera Zambrano, MBA.
Presidente y Miembro del Tribunal



Firmado electrónicamente por:
**RAUL FRANCISCO
VILLALBA
MIRANDA**

Ing., MBA. Raúl Francisco Villalba Miranda
Miembro del Tribunal

**WALTER RAMIRO
JIMENEZ SILVA**

Firmado digitalmente por WALTER RAMIRO JIMENEZ SILVA
Número de reconocimiento (DN): c=EC, o=BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, ou=ENTIDAD DE CERTIFICACION DE INFORMACION, e=ICIBCE, i=QUITO, serialNumber=0000002334, cn=WALTER RAMIRO JIMENEZ SILVA
Fecha: 2020.08.19 22:15:25 -0500'

Doctor, MBA. Walter Ramiro Jiménez Silva
Miembro del Tribunal

AUTORÍA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN

La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en Trabajo de Titulación, presentado con el tema: "Planificación estratégica y los niveles de competitividad en la Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de Residuos Sólidos", le corresponde exclusivamente a la Ingeniera Ruth Jimena Barahona Rivera, Autora bajo la Dirección del Licenciado, Mario Patricio Padilla Martínez., PhD., Director del Trabajo de Titulación, y el patrimonio intelectual a la Universidad Técnica de Ambato.



Ingeniera, Ruth Jimena Barahona Rivera
c.c.:1715611420

AUTORA



Licenciado, Mario Patricio Padilla Martínez, PhD.
c.c.:0501298269

DIRECTOR

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que el Trabajo de Titulación, sirva como un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos de mi trabajo, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este, dentro de las regulaciones de la Universidad.



Ingeniera, Ruth Jimena Barahona Rivera
c.c.:1715611420

ÍNDICE GENERAL

UNIDAD ACADÉMICA DE TITULACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.....	ii
AUTORÍA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN.....	iii
DERECHOS DE AUTOR.....	iv
ÍNDICE GENERAL.....	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
AGRADECIMIENTO.....	ix
DEDICATORIA.....	x
RESUMEN EJECUTIVO.....	xi
ABSTRACT.....	xiii
INTRODUCCIÓN.....	1
1. TEMA.....	2
2. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.....	2
2.1 Área de conocimiento.....	2
2.2 Líneas de investigación.....	2
3. INFORMACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	2
3.1 Tiempo de ejecución.....	2
3.2 Financiamiento.....	2
3.3 Autor/es.....	3
4. DESCRIPCIÓN DETALLADA.....	3
4.1 Definición del problema de investigación.....	3
4.2 Objetivos de la investigación.....	8
4.2.1 Objetivo general.....	8
4.2.2 Objetivos específicos.....	8
4.2.3 Señalamiento de variables de la hipótesis.....	8
4.3 Justificación de la investigación.....	8
4.4 Marco teórico referencial.....	10
4.4.1 Antecedentes.....	11
4.4.2 Planificación estratégica.....	15
4.4.3 Competitividad.....	31

4.4.4 Desechos sólidos	39
4.5 Metodología.....	41
4.5.1 Fundamentación filosófica	41
4.5.2 Fundamentación dialéctica	41
4.5.3 Enfoque	42
4.5.4 Tipo de estudio.....	44
4.5.5 Diseño de investigación	45
4.5.6 Población y muestra	46
4.5.7 Técnicas e instrumento de recolección de datos.....	48
4.5.8 Método de análisis de datos.....	49
5. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	50
5.1 Resultados procesados	54
5.2 Resultados procesados con SPSS	69
5.3 Discusión.....	76
6. CONCLUSIONES.....	78
7. RECOMENDACIONES.....	78
8. REFERENCIAS	80
9. ANEXOS	90
Anexo 1. Encuesta.....	90
Anexo 2. Autorización de la EPM-GIDSA.....	92
Anexo 3. Artículo Científico.....	93
REFERENCIAS	104
Anexo 4. Acuso de recibo revista 593 Digital Publisher CEIT.....	106

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Capacidad del plan estratégico.....	54
Gráfico 2. Capacidad de planeación a corto y largo plazo.....	55
Gráfico 3. Objetivos estratégicos	56
Gráfico 4. Detección de oportunidades y amenazas	57
Gráfico 5 Puntos clave	58
Gráfico 6 Identificación de objetivos estratégicos	59
Gráfico 7 Identificación. Análisis y gestión estratégica.....	60
Gráfico 8. Factores internos y externos de la planificación estratégica.....	61
Gráfico 9 Capacidad de gestión y competitividad	62
Gráfico 10. Uso de estrategias en la competitividad	63
Gráfico 11. Factores que condicionan la competitividad.....	64
Gráfico 12. Construcción de modelos de competitividad	65
Gráfico 13. Sistema de seguimiento	66
Gráfico 14. Posibilidad de ventajas Competitivas.....	67
Gráfico 15. Posibilidad de ventajas Competitivas.....	68
Gráfico 16. Diagrama de dispersión	75
Gráfico 17. Diagrama de mando integral.....	77

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Materiales físicos	2
Tabla 2. Equipos.....	2
Tabla 3. Evolución de la planeación estratégica	17
Tabla 4. Elementos para la formulación de la estrategia	19
Tabla 5. Ingresos Económicos EPM-GIDSA	34
Tabla 6. Objetivos de la gestión de residuos.....	40
Tabla 7. Población del estudio	47
Tabla 8. Muestra del estudio	48
Tabla 9. Análisis FODA de la Empresa pública Municipal EPM-GIDSA.....	51
Tabla 10. Correlación General de Pearson	69
Tabla 11. Correlación de Pearson por dimensiones de las variables.....	71

AGRADECIMIENTO

Primero y, antes que nada, dar gracias a Dios, por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

Agradecer hoy y siempre a mi familia porque sé que siempre procuran mi bienestar, y está claro que, si no fuese por el esfuerzo y sacrificio realizado por ellos, mis estudios de cuarto nivel no hubiesen sido posible; el ánimo, apoyo y alegría que me brindan me han dado la fortaleza necesaria para seguir adelante y conseguir mis metas y objetivos.

DEDICATORIA

Dedico mi trabajo de tesis a nuestro padre celestial Dios todopoderoso, quien en todo momento me asistió con sus bendiciones, a mi familia maravillosa conformada por mi esposo y mis dos hijos de quienes he recibido el apoyo incondicional y quienes han sido el motor para continuar y esforzarme por conseguir mis metas, a mis amigos y compañeros con quienes todos los días de estudio se convirtieron en momentos de alegre convivencia.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA COHORTE 2018

TEMA: “Planificación estratégica y los niveles de competitividad en la Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de Residuos Sólidos”

AUTORA: *Ingeniera Ruth Jimena Barahona Rivera*

DIRECTOR: *Licenciado, Mario Patricio Padilla Martínez, PhD.*

FECHA: *29 de abril de 2020*

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo se orienta a establecer en qué nivel se relaciona el manejo de una adecuada planificación estratégica, con la competitividad de la Empresa Pública Municipal de Gestión Integral de Desechos Sólidos (EPM –GIDSA). Con el propósito de analizar el entorno en el que la empresa desarrolla sus actividades y donde prevalece su negocio, establecer los objetivos y generar un plan de acción en el que se detalla cómo funcionará la organización para alcanzar los objetivos y metas planteados. Para alcanzar este gran fin, se tuvo que trabajar con tres objetivos específicos: el primero de ellos fue la fundamentación teórica de las variables: Planificación estratégica y Competitividad; el segundo buscó el diagnóstico de la situación actual de la EPM-GIDSA y la orientación de esta hacia la consecución de sus metas organizacionales, y el tercero tuvo la orientación al análisis de la planificación estratégica en la competitividad de la EPM-GIDSA, por esta razón y para dar cumplimiento a estos objetivos, se ha recurrido a una abundante revisión bibliográfica, en la cual se ha fundamentado las bases teóricas para el desarrollo de este estudio. Con una metodología en su mayoría de carácter cualitativa, de tipo descriptivo correlacional, se buscaron las mejores estrategias para el establecimiento de los resultados. La recopilación de la información primaria se la efectuó a través de una encuesta estructurada para todo el personal de la empresa, con preguntas orientadas a medir la relación de las variables. Con este instrumento y con la debida orientación se pudo hacer el acercamiento para la recolección de datos primarios que han sido el fundamento de los resultados. Mismos que indican que en efecto, estas variables en estudio tienen una fuerte relación. Los datos fueron tabulados en hojas de cálculo de

Microsoft Excel, y luego, para establecer la correlación de las dimensiones de la investigación se recurrió a SPSS versión 22, mismo que arrojó el nivel de relación de las variables por el coeficiente de Pearson, mismo que comprueba en base a su nivel de significancia y al propio índice, la fuerte asociación que tienen la planificación estratégica con la competitividad. El trabajo concluye con una breve discusión de trabajos similares y lo encontrado en el transcurso del desarrollo de este estudio; recomendando que debe realizarse una mejora continua en la planificación estratégica de la EPM-GIDSA, observando su medio cambiante para ir a la par con el mismo y que así mejoren a la par sus niveles de competitividad.

DESCRIPTORES: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA, COMPETITIVIDAD, EFICIENCIA, EFICACIA, PLAN, ENTORNO, OBJETIVOS, INSTRUMENTO, COEFICIENTE.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA COHORTE 2018

THEME: “Planificación estratégica y los niveles de competitividad en la Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de Residuos Sólidos”

AUTHOR: *Ingeniera Ruth Jimena Barahona Rivera*

DIRECTED BY: *Licenciado, Mario Patricio Padilla Martínez, PhD.*

DATE: *April 29, 2020*

ABSTRACT

The present work is oriented to establish at what level the management of an adequate strategic planning is related to the competitiveness of the Municipal Public Company for the Integrated Management of Solid Waste (EPM-GIDSA). With the purpose of analyze the environment in which the company carries out its activities and where its business prevails, establish the objectives and generate an action plan details how the organization will work to achieve the objectives and goals set. To achieve this great end, you have to work with three specific objectives: the first one was the theoretical foundation of the variables: Strategic planning and Competitiveness; the second sought to diagnose the current situation of the EPM-GIDSA and its orientation towards achieving its organizational goals, and the third was oriented to the analysis of strategic planning in the competitiveness of the EPM-GIDSA. For this reason and to fulfill these objectives, he has resorted to an extensive bibliographic review, on which the theoretical bases for the development of this study have been based. Using a mostly qualitative, descriptive correlational methodology, look for the best strategies for establishing the results. The collection of primary information is carried out through a structured survey for all company personnel, with questions aimed at measuring the relationship of the variables. With this instrument and with the proper orientation, the approach for the collection of primary data that has been the basis of the results could be made. The same that indicate that, in effect, these variables under study have a strong relationship. The data were tabulated in Microsoft Excel spreadsheets, and then, to establish the correlation of the

dimensions of the investigation, the Smart SPSS software was used, which gave the level of relationship of the variables by the Pearson coefficient, same as Checks, based on their level of significance and the index itself, the strong association that strategic planning has with competitiveness. The work concludes with a brief discussion of similar works and what was found during the course of this study; recommending that it should make a continuous improvement in the strategic planning of the EPM-GIDSA, observing its changing environment to go hand in hand with it and that thus improved along with its levels of competitiveness.

KEYWORDS: STRATEGIC BAKERY, COMPETITIVENESS, EFFICIENCY, EFFECTIVENESS, PLAN, ENVIRONMENT, OBJECTIVES, INSTRUMENT, COEFFICIENT

INTRODUCCIÓN

El Presente trabajo de investigación es desarrollado con la finalidad de determinar la relación existente entre la planificación estratégica y la competitividad en la Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de Desechos Sólidos de Ambato, con el objetivo fundamental de establecer un direccionamiento estratégico que certifique el control y el desarrollo de la Institución, a través de la implementación de estrategias prácticas, capaces de generar comportamientos más efectivos y eficientes, enfocados a cumplir las metas planteadas, mejorar el rendimiento económico y elevar la satisfacción de los clientes, tomando en consideración el capital humano, quienes serán los primeros beneficiados de las acciones tomadas convirtiéndose en los gestores de cubrir la demanda existente, mejorar la percepción de los usuarios y sobre todo fortalecer su estructura organizacional. La estructura del trabajo investigativo se detalla a continuación:

El segmento inicial se encuentra constituido por el tema del proyecto de investigación, para lo cual se planteó un problema de una forma amplia y detallada.

La segunda parte de este proyecto abarca las líneas de investigación en las cuales se ha basado todo el estudio, involucrando desde luego el área de estudio como tal.

En tercer lugar, se encuentra detallada toda la información referente a los tiempos de ejecución, financiamiento y la autoría del trabajo.

En cuarto lugar, se encuentra la descripción detallada de la investigación, que abarca tema de la descripción del problema, los objetivos de investigación; así como la justificación y el señalamiento de las variables, con su respectivo desarrollo de un marco conceptual. Este cuarto punto abarca también la metodología empleada justificando las razones de emplear la misma.

El quinto punto de estudio refleja los principales resultados obtenidos, procesados y analizados, junto con sus debidos fundamentos y la explicación detallada de cada aspecto.

Las conclusiones, recomendaciones y discusión son los siguientes puntos tratados en este estudio, planteados en base a los objetivos específicos de investigación y a los resultados obtenidos.

1. TEMA

Planificación estratégica y los niveles de competitividad en la empresa pública municipal para la gestión integral de residuos sólidos.

2. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

2.1 Área de conocimiento

Educación Comercial y Educación en Ciencias Sociales

2.2 Líneas de investigación

Desarrollo Territorial y Empresarial

3. INFORMACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

3.1 Tiempo de ejecución

La presente investigación se realizará a partir del año 2018 hasta su culminación el año 2020.

3.2 Financiamiento

Tabla 1. Materiales físicos

N°.	Recursos	Costo
1	Papelería y materiales	200,00
1	Memoria USB	10,00
1	Perforadora	5,00
1	Grapadora	5,00
1	Internet	100,00
3	Bolígrafos	10,00

Elaborado por: Barahona, 2019

Tabla 2. Equipos

N°	Recursos	Costo
1	Calculadora	50,00
1	Cámara fotográfica	200,00
1	Computador	1000,00
TOTAL		1590,00

Elaborado por: Barahona, 2019

3.3 Autor/es

Nombre: Barahona Rivera Ruth Jimena

Grado académico: Ingeniera de Empresas

Teléfono: 0984160045- 032588556

Correo electrónico: xime_ba@live.com

Tutor:

Nombre: Padilla Martínez Mario Patricio

Grado académico: Dr. Ciencias Técnicas (PhD)

Teléfono: 0998356915

Correo electrónico: mp.padilla@uta.edu.ec

4. DESCRIPCIÓN DETALLADA

4.1 Definición del problema de investigación

La planificación estratégica es una necesidad que poseen todas las empresas sin importar el tamaño ni su constitución o si tiene 10, 20 o 1000 empleados, es decir, sea cual sea el panorama en el que se desarrolle la organización es necesario plasmar un plan estratégico con la finalidad de mejorar sus procesos ya que proporciona un punto de partida para impulsar la estrategia global de una empresa de éxito (González, 2017).

La creación de un plan estratégico implica: analizar el entorno en el que la empresa desarrolla sus actividades y donde prevalece su negocio, establecer los objetivos y generar un plan de acción en el que se detalla cómo funcionará la organización para alcanzar los objetivos y metas planteados (González, 2017). Por otro lado, la carencia de una planeación estratégica complica la vida de las empresas porque se llega a descuidar aspectos que son primordiales para la supervivencia como organización y posterior expansión comercial. Para que esto no ocurra es necesario manejar cuidadosamente los

recursos con los que cuenta, su rentabilidad y crear modelos de estrategias que impulsen la innovación y desarrollo constante, las habilidades propias de los socios, empleados y colaboradores de la entidad. Los errores más frecuentes que los empresarios suelen cometer se relacionan con la falta de herramientas y técnicas que les permitan llevar un control de los recursos y metodologías adecuadas para que la empresa tenga un funcionamiento apropiado y crezca de una forma equilibrada y proyectada al futuro, por tal motivo, la carencia de una planeación estratégica tarde o temprano termina complicando la vida de la empresa (Freepik, 2017).

Esto pone en evidencia que la implementación de un plan estratégico constitutivo previene y se anticipa a situaciones que suelen afectar el equilibrio de la empresa ya sea positiva o negativamente. Como beneficio extra, permite que la entidad busque de manera anticipada los cambios que puedan presentarse en un futuro para poder enfrentarlos y convertirlos en una ventaja. En resumidas palabras, es una guía que permite saber cómo se debe actuar en presencia de condiciones adversas y sobre todo distribuir adecuadamente los recursos para obtener análisis precisos y reales para implementar medidas que posibiliten sacarle una ventaja ante situaciones específicas (Freepik, 2017).

Por otro lado, la competitividad de una empresa es la capacidad que tiene la misma para brindar servicios y productos con mayor eficiencia y eficacia para hacer frente a sus competidores. La competitividad se puede entender como las diversas formas que tiene la misma para lograr posicionarse estratégicamente frente a sus competidores, para ello se utilizan herramientas comerciales y empresariales que faciliten la posición dominante en el mercado en el cual desarrolla sus procesos (Argudo, 2017).

En la actualidad, gran parte de los estudios realizados acerca de la competitividad, señalan que la empresa para que pueda ser competitiva, debe desarrollar y perfeccionar sistemas propios de planeación, organización, dirección y control enfocados en alcanzar niveles muy satisfactorios entre los individuos que trabajan o colaboran en ella. Esto se logra a través de un sistema de información interna y externa correctamente cimentado lo que le permite anticiparse y valorar los cambios que se presentan dentro y en el entorno (Argudo, 2017).

Por esta razón, es necesario que las empresas se enfoquen en incluir dentro de sus modelos administrativos, estrategias de productividad, calidad total, ventajas competitivas, cadena de valor e innovación que se centren en alcanzar una competitividad diaria. Dichos factores o estrategias posibilitan medir el nivel de competitividad que posee una determinada organización frente a un mercado nacional e internacional (Echeverri, 2016).

Desde el punto de vista empresarial y socioeconómico, el termino competitividad es importante porque tienen gran influencia en el crecimiento económico del país, cuyo objetivo principal es sostener y mejorar la posición que tiene la empresa en el entorno socioeconómico. Por otro lado, la competitividad forma parte importante en la toma de decisiones gerenciales ya que se relaciona con la eficiencia y eficacia internas de la organización (Echeverri, 2016).

El término gestión se ha utilizado de diferentes maneras, a veces se refiere al proceso de planificación, organización, dotación de personal, coordinación y control, en otras ocasiones se utiliza para describir como una función de manejo de recursos humanos. También se conoce como un cuerpo de conocimiento, una práctica y disciplina, inclusive se puede describir como una técnica de liderazgo y toma de decisiones, y el proceso por el cual se manejan eficientemente los recursos financieros, un factor de producción o un sistema de autoridad (Montoya & Boyero, 2016).

La gestión es el arte de hacer las cosas a través de y con personas en grupos organizados formalmente, haciendo que el trabajo con la cooperación de los socios y demás trabajadores de la organización sea más eficiente y eficaz. Es el arte de dirigir e inspirar a todos los miembros de la institución, motivar para que den lo mejor de sí mismos y lograr los objetivos planteados (Montoya & Boyero, 2016). A nivel de director ejecutivo, el trabajo se realiza a través de gerentes funcionales, en el nivel medio las cosas se implementan a través de supervisores y en un nivel inferior de gestión a través de los trabajadores. Las habilidades humanas y técnicas juegan un papel importante para hacer las cosas.

Muchas empresas, a pesar de contar con una planeación adecuada, no son capaces de implementar nuevas estrategias ya que dejan de lado los principios y prácticas de la

gestión como tema de estudio enfocándose únicamente en la parte teórica más no en la práctica, es decir, se enseña como una rama especializada del conocimiento en las instituciones educativas pero difícilmente se llega a la acción debido a que no siempre la alta gerencia está dispuesta a invertir en un proceso que hasta el momento es solo un dato bibliográfico (Garbanzo, 2015).

Por esta razón, es necesario que la gestión sea tratada tanto como un arte como como una ciencia. Un arte ya que a menudo se considera como la aplicación sistemática de habilidad o conocimiento para alcanzar el logro de resultados, es decir, uno tiene que usar habilidades y conocimientos personales para resolver muchos problemas complicados para lograr los objetivos de la empresa. Se considera una ciencia porque ha desarrollado ciertos principios, generalizaciones y técnicas que tienen una aplicación más o menos universal, en otras palabras, es un estudio de una disciplina específica (Garbanzo, 2015).

Por otro lado, la gestión estratégica es el manejo de los recursos de una organización para lograr sus metas y objetivos e implica el establecimiento de objetivos, el análisis del entorno competitivo, el análisis de la organización interna, la evaluación de estrategias y la garantía de que la administración implementa las habilidades en toda la organización. Un enfoque prescriptivo, describe cómo deben desarrollarse las destrezas, mientras que un enfoque descriptivo se centra en cómo las tácticas deben ponerse en práctica García et al., (2017). En este sentido las estrategias se desarrollan a través de un proceso analítico, en el que se tienen en cuenta todas las amenazas y oportunidades, o si se parecen más a los principios rectores generales que deben aplicarse.

La cultura empresarial, las habilidades y competencias de los empleados y la estructura organizativa son factores importantes que influyen en cómo una organización puede alcanzar sus objetivos establecidos García et al., (2017). Las compañías inflexibles pueden tener dificultades para tener éxito en un entorno empresarial cambiante ya que crean una barrera entre el desarrollo de estrategias y su implementación lo que dificulta que los gerentes determinen si los objetivos se han cumplido de manera eficiente Ramírez et al., (2018). Si bien la alta gerencia de una organización es en última instancia responsable de su estrategia, estas últimas, a menudo son provocadas por acciones e ideas de gerentes y empleados de nivel inferior.

Una organización puede tener varios empleados dedicados a la estrategia en lugar de depender del director ejecutivo (CEO) para recibir orientación. Debido a esta realidad, los líderes de la organización se centran en aprender de estrategias pasadas y en examinar el entorno en general. El conocimiento colectivo se utiliza para desarrollar estrategias futuras y guiar el comportamiento de los empleados para garantizar que toda la organización avance Ramírez et al., (2018). Por estas razones, la gestión estratégica efectiva requiere una perspectiva tanto interna como externa.

En este ámbito la Empresa Pública Municipal de Gestión Integral de Residuos Sólidos de Ambato, presta los servicios de gestión integral de residuos sólidos, que contribuyen a mantener la salud, bienestar de los habitantes y el cuidado del medio ambiente, razón por la cual es de vital importancia una gestión estratégica que permita una toma de decisiones oportuna que conduzca al efectivo cumplimiento de su visión, dentro del nivel jerárquico superior.

Debido al crecimiento demográfico del cantón en el que presta sus servicios la EPM-GIDSA se encuentra en la obligación de tomar acciones preventivas y correctivas frente a sus distintos ejes de acción como la prestación del servicio de aseo y limpieza, la prestación del servicio de recolección de desechos sólidos no peligrosos, el mejoramiento del servicio de recolección urbano-rural, la renovación de la flota vehicular del servicio de recolección, la realización de estudios para la reingeniería del sistema de recolección, el fortalecimiento de la planta de lixiviados, estudios y diseños para el tratamiento de desechos infecciosos, la adecuada gestión de escombros, la implementación y fortalecimiento del sistema de reciclaje inclusivo, entre otros aspectos que requieren de una necesaria atención, que permita elevar el nivel de competitividad brindando un servicio oportuno y de calidad a la ciudadanía.

Al tomar decisiones estratégicas frente a los aspectos señalados anteriormente, la EPM-GIDSA va mejorar su competitividad en el cantón y se vería beneficiada como institución en su imagen corporativa, y a su vez la ciudadanía contaría con un servicio oportuno y de calidad.

Para lograrlo es necesario la implementación de una planificación estratégica que permita consolidar la competitividad a través de su fortalecimiento administrativo,

tecnológico, financiero y operativo, todos estos factores aseguran la cobertura y el cumplimiento de los requisitos aplicables al servicio a fin de precautelar la salud pública, mejorar la calidad de vida de la población y proteger el medio ambiente.

4.2 Objetivos de la investigación

4.2.1 Objetivo general.

Determinar la incidencia de la Planificación Estratégica en los niveles de competitividad de la EPM-GIDSA.

4.2.2 Objetivos específicos.

Fundamentar teóricamente la relación existente entre la Planificación Estratégica y la Competitividad.

Diagnosticar la situación de la EPM-GIDSA y la Gestión de la Planificación Estratégica y su incidencia.

Analizar la relación de la planificación estratégica con la competitividad de la empresa EPM-GIDSA.

4.2.3 Señalamiento de variables de la hipótesis.

- **Variable independiente**

Planificación estratégica

- **Dependiente**

Niveles de Competitividad

4.3 Justificación de la investigación

En la actualidad, los cambios en las políticas empresariales han contribuido para que la participación, crecimiento y reputación de una empresa se vea estancado. Diferentes estudios realizados han demostrado que la planificación estratégica es una herramienta esencial para hacerle frente a este tipo de amenazas y debilidades. Partiendo de este punto de vista, la oportunidad de implementar un proceso de planeación permite a las empresas

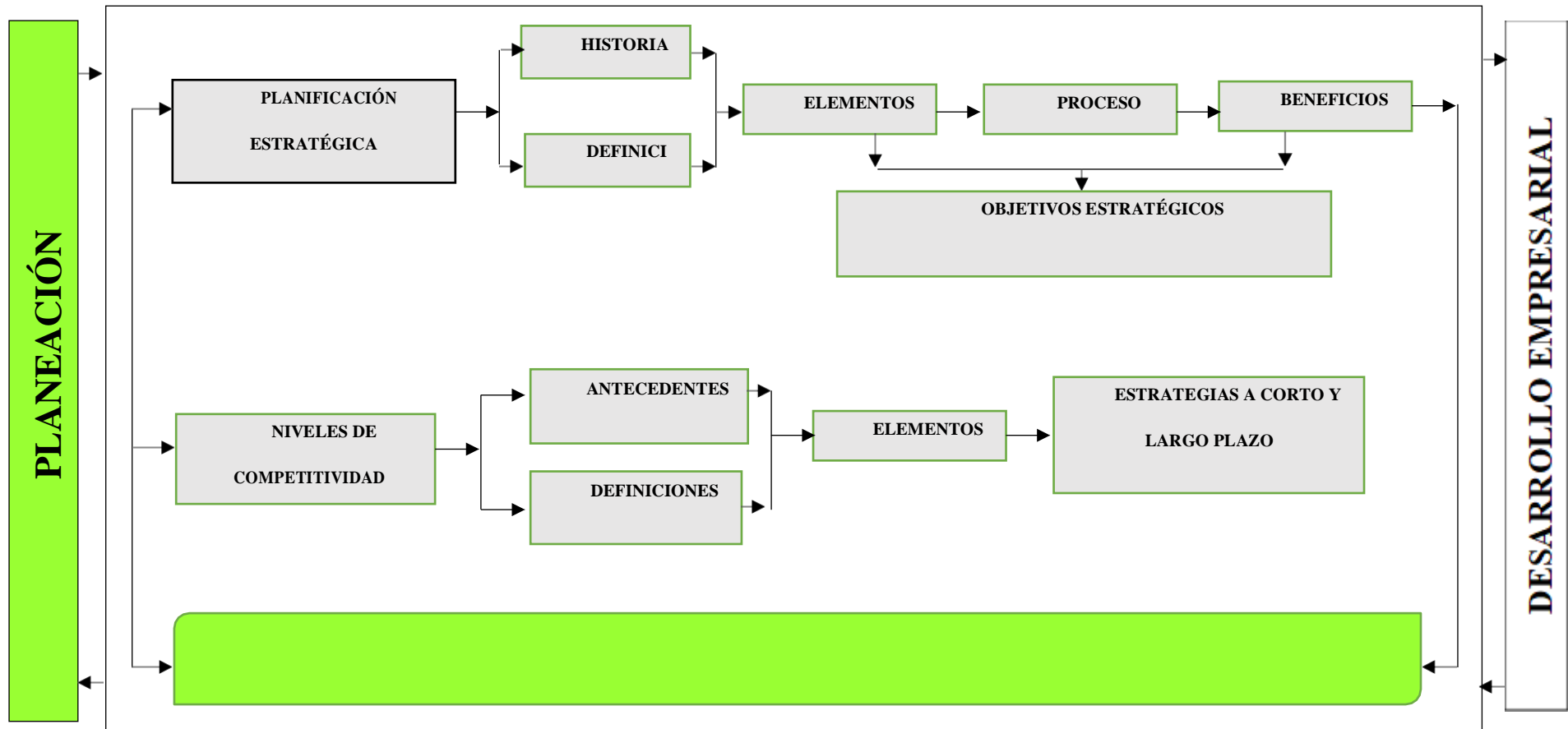
llevar cualquier situación problemática que se pueda presentar creando una ventaja competitiva. Esto se entiende como el valor que tiene una organización dentro del entorno en el que desarrolla sus actividades de servicios o bienes (Melo, 2017).

Diferentes investigaciones que se han realizado en los últimos años Sánchez et al., (2007); Vélez et al., (2008); (CNPES, 2007), han encontrado una serie de dificultades que han afectado el correcto desempeño y los niveles de competitividad en empresas de diferentes sectores económicos. Entre los principales problemas que se han encontrado se destaca la mala, o en el peor de los casos, la ausencia de una planificación estratégica, misma que constituye un aspecto importante para el crecimiento y sostenimiento a futuro de las organizaciones debido a que no permite coordinar las acciones necesarias que se deben optar para alcanzar el cumplimiento de objetivos a mediano y largo plazo (Melo, 2017).

Por otro lado, Chaves (2019) en su estudio, menciona que la competitividad es un factor que juega un rol importante en el desarrollo económico de una empresa u organización dentro del ámbito empresarial ya que permite crear dinamismo en el proceso de globalización que exige a las organizaciones desarrollar mejores prácticas gerenciales con la finalidad de establecerse y liderar el sector o entorno económico en el que está constituida. Por esta razón es necesario contar con estrategias adecuadas que permita direccionar a la empresa por la ruta correcta y alcanzar el cumplimiento de objetivos y metas (Chaves, 2019).

Con base en lo anterior, resulta de gran importancia el desarrollo y fortalecimiento de estrategias de planificación que ayuden a una empresa a desarrollarse competitivamente y aportar significativamente al sector productivo del país, esto permitirá proyectarse en el mediano y largo plazo permitiendo generar nuevas acciones para fortalecer e incrementar la competitividad acorde a las exigencias del entorno empresarial. Por otro lado, las estrategias de planificación favorecen los lazos productivos de una empresa en particular lo que permite crear una mayor competitividad y a su vez aprovechar adecuadamente los recursos disponibles tanto económicos como el talento humano en general.

4.4 Marco teórico referencial



Elaborado por: Barahona, 2019

4.4.1 Antecedentes.

Como antecedentes de la presente investigación, se ha tomado en cuenta tres estudios previos referentes al tema de investigación, Planificación estratégica y niveles de competitividad.

El primer estudio que se analizó fue el realizado por Ayquipa (2017) que lleva como título:

LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD EN MISIÓN CEMENTERIO CATÓLICO PARQUE DEL RECUERDO DEL DISTRITO DE SAN ISIDRO; AÑO 2017. El investigador, se planteó como objetivos: Determinar la relación que existe entre la Planificación Estratégica y la Competitividad en Misión Cementerio Católico Parque del Recuerdo del distrito de San Isidro; año 2017. Adicionalmente se planteó: Conocer la relación que existe entre la Formulación de objetivos y la Competitividad en Misión Cementerio Católico Parque del Recuerdo del distrito de San Isidro; año 2017. Precisar la relación que existe entre la Implementación de los objetivos y la Competitividad en Misión Cementerio Católico Parque del Recuerdo del distrito de San Isidro; año 2017. Identificar la relación que existe entre la Evaluación de metas y la Competitividad en Misión Cementerio Católico Parque del Recuerdo del distrito de San Isidro; año 2017.

Como conclusiones principales se tiene:

- Se ha cumplido con el objetivo general, el cual fue determinar la relación que existe entre la planificación estratégica y la competitividad. Así mismo, se logró cumplir que una adecuada aplicación de la “planificación estratégica” generaría una mayor “competitividad” en la empresa.
- Se ha cumplido con el objetivo específico N°1, el cual fue determinar la relación que existe entre la formulación de objetivos y la competitividad. De lo anteriormente expuesto podemos concluir que, una adecuada “formulación” generaría una mayor “competitividad” en la empresa.
- Se ha cumplido con el objetivo específico N°2, el cual fue determinar la relación que existe entre la implementación de los objetivos y la competitividad. Por ello, se concluye que, una adecuada “implementación” se generaría una mayor “competitividad” en la empresa.
- Se ha cumplido con el objetivo específico N°3, el cual fue determinar la relación que existe entre la evaluación de metas y la competitividad. Es entonces que se

puede afirmar que una adecuada “evaluación” de estrategias se generaría una mayor “competitividad” en la empresa.

El segundo estudio analizado fue el que realizó GARCIA Guilianny (2017), cuyo tema es:

PROCESO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA: ETAPAS EJECUTADAS EN PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS PARA OPTIMIZAR LA COMPETITIVIDAD. El estudio estuvo orientado en analizar la planificación estratégica en la Pymes, considerando sus etapas para optimizar su competitividad. Metodológicamente se enmarcó en las pymes que exportan productos de confección textil, en la ciudad de Barranquilla, utilizando un enfoque cuantitativo positivista, de tipo descriptivo y diseño no experimental, transaccional de campo. Concluyendo, que en las pymes las tres etapas están presentes en forma moderada, pero se destacan las fases de planeación y evaluación de la estrategia, presentando oportunidad de mejora la etapa de implementación. Como conclusiones principales de la investigación se tiene:

- Como conclusión, se considera que uno de los principales propósitos de la planificación estratégica, es que las organizaciones dispongan de un soporte que les permita asumir los procesos de cambio de manera eficiente, así como también que se encuentren dispuestas para gestionar transformaciones, obtener beneficios y permanecer en el mercado con niveles de competitividad, dado la alta movilización generada en el proceso de negociaciones de las empresas.
- Para ello, se requiere contar con aspectos claves, los cuales pasan a ser fundamentos sobre los cuales deba ajustar permanentemente, así como las interrelaciones entre estos aspectos (pensamiento sistémico). Por supuesto adecuándose a las características de cada empresa, tales como Pyme o multinacional, pública, mixta o privada.
- Dentro de este orden de ideas, las etapas del proceso de planificación estratégica desarrolladas en las pymes de confección textil de exportación, se desarrollan en un nivel moderado, en relación con la aplicabilidad, formulación, ejecución y evaluación de la estrategia, lo que ha permitido implementar medianamente mejores tácticas en las empresas, promoviendo un sentido lógico y racional en su elección. Destacando que, de las etapas la que presenta mayor oportunidad de mejora es la de implantación de las estrategias, pues aún tiene ciertas debilidades.

Por último, el tercer estudio tomado en cuenta para mantener un enfoque en la investigación, fue el trabajo realizado por Recalde (2019), cuyo tema: **PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA MICROEMPRESA “ASISTECPRO” EN LA CIUDAD DE QUITO.** En este estudio el autor busca visibilizar el problema que ha motivado realizar la investigación, es la deficiente gestión administrativa para esto se planteó como objetivo

desarrollar una Planificación Estratégica, mediante el levantamiento y diagnóstico de la información interna, que permita mejorar la gestión administrativa para la Microempresa “ASISTECPRO”.

Para complementar el estudio y como resultado del desglose del objetivo general, el investigador se propuso: Fundamentar teóricamente, mediante la revisión y análisis de varias teorías, para la aplicación de la Planificación Estratégica, Diagnosticar la situación actual de la microempresa “ASISTECPRO”, a través de la perspectiva de clientes y técnicos, Realizar el desarrollo de la Planificación Estratégica para la microempresa de servicio técnico, especializada en Línea Blanca y Electrónica “ASISTECPRO”, definiendo estrategias e instrumentos de gestión, para lograr su efectividad y productividad. Por último, las conclusiones obtenidas al finalizar el estudio fueron:

- Las principales preguntas de la encuesta revelaron en su totalidad, (es decir el 100% de los encuestados) manifestaron el desconocimiento de si la microempresa disponía de una planificación y direccionamiento estratégico.
- Actualmente “ASISTECPRO” no dispone de un direccionamiento estratégico, razón por la cual se realizó el análisis a través de modelos estratégicos como son: I PEST y las 5 fuerzas de Porter
- De acuerdo a la información obtenida del cliente interno, se realizó el diagnostico, utilizando la matriz FODA, que permitió identificar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que incurren en el desarrollo de la microempresa.
- El diseño de indicadores de gestión permitirá medir objetivamente las acciones propuestas en la planificación estratégica de la microempresa. La implantación del Plan Operativo Anual, en donde se definen actividades, responsables, indicadores de gestión y el tiempo para cumplimiento de cada de una de ellas.

Al realizar la revisión de las investigaciones previas y posterior análisis se puede determinar que dichas investigaciones se direccionan a la Planificación Estratégica aplicando diferentes herramientas metodológicas que sirven de guía para poder distribuir las actividades y los recursos de las organizaciones de manera óptima minimizando así los gastos y maximizando la rentabilidad, todo esto a través de una adecuada planificación, que vaya en concordancia con los objetivos y metas planteadas, logrando satisfacer las necesidades actuales y futuras que se presenten por parte de clientes y en el entorno empresarial.

Sin embargo, dentro de la Empresa Pública para la Gestión Integral de Residuos Sólidos, la carencia de una planificación estratégica no permite cumplir adecuadamente

con el propósito de la empresa y por ende no se alcanza el cumplimiento de los objetivos y metas planteadas. Esto a su vez ocasiona que la competitividad, en cuanto a sus procesos, se retarde ya que no se gestionan adecuadamente y se los realiza de manera empírica.

La planificación estratégica determina hacia donde queremos llegar en cierto tiempo, y ayuda a una empresa en su crecimiento y desarrollo de ventajas sobre sus competidores, con metas y objetivos bien definidos, en este contexto la EPM GIDSA, necesariamente debe incorporar a sus estrategias anuales un plan que le permita posicionarse como una empresa líder en el manejo de residuos sólidos, creando educación ambiental responsable en la ciudadanía, trabajadores, colaboradores y población en general. Fomentando el desarrollo empresarial con un manejo adecuado de residuos sólidos, inculcando la separación en la fuente y el desecho responsable de residuos en los contenedores correspondientes.

Lo antes mencionado se logrará mediante un modelo de gestión el cual este basado en competencias procedentes de la planificación estratégica, estas deben guardar concordancia con las ordenanzas vigentes y actuales, misión, visión, objetivos, actores que intervienen, la estrategia como tal para medir y controlar la calidad de los servicios, las regulaciones internas con las que se cuenta, como va hacer el método del manejo de los residuos sólidos, dicha información que el ente genere debe ser conocida por la ciudadanía.

Como se puede observar es correcto afirmar que la planificación estratégica es la clave fundamental para un desarrollo sostenible de una organización ya que permite tomar decisiones adecuadas y oportunas tomando en cuenta los recursos que posee y el alcance que tendrá. En este caso la planificación estratégica en la EPM GIDSA es un factor determinante para garantizar un adecuado manejo de desechos sólidos y visibilizarse como una institución pública competitiva.

4.4.2 Planificación estratégica.

4.4.2.1 Historia de la planificación estratégica.

El enfoque estratégico de la gestión es tan antiguo como la guerra, e incluso tiene orígenes militares. Los orígenes de la planificación estratégica se remontan a los antiguos griegos y sigue vigente hasta la actualidad en las prácticas corporativas modernas, hasta los esfuerzos recientes del sector público. El término estrategia se deriva del griego "Strategos", que significa, literalmente, "general del ejército". Cada una de las diez tribus griegas antiguas elegía anualmente un Strategos para encabezar su regimiento y proporcionar una gestión de batallas para ganar guerras, en lugar de dar consejos tácticos sobre la gestión de tropas para ganar batallas (Tibb, 2017)

Con el tiempo, el trabajo de los Strategos creció hasta incluir también deberes civiles magistrales, en gran parte debido a su condición de funcionarios electos. Desde estas raíces militares, la planificación estratégica siempre ha apuntado al panorama general y la atención se centra en resultados, en lugar de productos. La planificación estratégica se preocupa menos por cómo lograr resultados que por definir cuáles deberían ser esos resultados.

- **Planificación estratégica moderna**

Según Ramírez (2017). A principios de la década de 1920, Harvard Business School desarrolló el Harvard Policy Model, una de las primeras metodologías de planificación estratégica para empresas privadas. Este modelo establece que una estrategia es un patrón de propósitos y políticas que definen la empresa y su negocio. Una estrategia es el hilo común o la lógica subyacente que mantiene un negocio unido. La firma teje propósitos y políticas en un patrón que une los recursos de la compañía, la alta gerencia, la información del mercado y las obligaciones sociales. Las estrategias determinan la estructura organizacional y por ende conducen a un mejor desempeño económico (Ramírez J. , 2017).

A fines de la década de 1950, el enfoque de la planificación estratégica se alejó de la política y la estructura organizacional hacia la gestión del riesgo, el crecimiento de la industria y la participación en el mercado. Las empresas llaman a este enfoque de

planificación estratégica el modelo de cartera. Como era de esperar, condujo a la aparición de conglomerados industriales. Los siguientes pasos evolutivos condujeron al modelo de economía industrial, donde las decisiones estratégicas derivan de análisis de relaciones de poder competitivas. Durante la década de 1960, la planificación estratégica se convirtió en una herramienta de gestión estándar en prácticamente todas las grandes compañías y en muchas compañías más pequeñas (Ramírez J. , 2017).

- **Surgimiento de la planificación estratégica del sector público**

Hasta mediados de la década de 1980, la planificación estratégica seguía siendo principalmente una empresa del sector privado. Las nociones de clientes, marketing, crecimiento de la industria, participación de mercado y gestión de riesgos eran ajenas al sector público. En cambio, los gobiernos locales escribieron planes integrales que abordaban la eficiencia del uso de la tierra y los servicios, mientras que las agencias federales y estatales confiaban en los planes del programa, generalmente limitados a cadenas de autoridad estrechas en el organigrama. Las estrategias y la estructura organizacional se convirtieron en preocupaciones casi independientes; los comités de gestión resolvieron conflictos entre programas (Tibb, 2017).

El resultado fue un énfasis en las preocupaciones internas, especialmente los insumos del programa: impuestos, tarifas, niveles de financiación y personal, computadoras, abuso, desperdicio y fraude. Los reformistas que gritaban: "Dirige el gobierno más como un negocio", cambiaron el enfoque de los insumos a los productos y los costos unitarios, obteniendo más ganancias. El ex presidente y secretario de Defensa de Ford Motor Corporation, Robert S. McNamara, inició esta tendencia al vincular las actividades de planificación con el presupuesto a través del sistema de planificación, programación y presupuesto (PPBS).

Dieciocho años después, el presidente Carter trajo al gobierno federal los conceptos relacionados de presupuesto de base cero (ZBB), inventados en Xerox Corporation. Las administraciones posteriores revirtieron el experimento ZBB, devolviendo el presupuesto federal a su base incremental histórica. El sistema de hoy permanece enfocado internamente, y las principales discusiones sobre el presupuesto, en todos los niveles del

gobierno, nuevamente enfatizan los insumos: impuestos, gastos, fraude, derroche y abuso (Ramírez J. , 2017).

A partir de ese hecho, cada vez más son las empresas y organizaciones públicas que buscan implementar a sus procesos empresariales una planeación estratégica acorde a sus actividades, que les permitan levantarse como institución y competir en el entorno que constantemente sufre cambios (Ramírez J. , 2017). Adicionalmente, se sabe que la implementación de estrategias crea una competitividad entre empresas lo que las prepara para hacerle frente a cualquier situación adversa aprovechando las amenazas y debilidades encontradas en ventajas competitivas.

Sin embargo, hay que tener en cuenta que esta herramienta gerencial ha sufrido muchos cambios a lo largo del tiempo para poder llegar a convertirse en el instrumento eficaz que utilizan las empresas de hoy en día. Esta evolución ha sido estudiada por varios estudios de la administración, quienes señalan que las primeras empresas en aplicar una planificación estratégica fueron las comerciales, que llegaron a desarrollar sistemas de planeación a largo plazo (Sánchez Jacas, 2017).

En la tabla 2, se detalla de manera resumida la evolución de la planificación estratégica desde sus primeros inicios.

4.4.2.2 Definición de planeación.

El concepto de planificación estratégica se originó en la década de 1950, pero se hizo popular a mediados de los años sesenta y setenta. Durante ese tiempo, los gerentes creían que la planificación estratégica proporcionaba respuestas a la mayoría, sino a todos, los problemas comerciales. Sin embargo, en la década de 1980, las expectativas se redujeron ya que algunos planes no lograron alcanzar el rendimiento esperado. Su aplicación fue revivida más tarde en la década de 1990 (Máttar & Perrotti, 2014).

Tabla 3. Evolución de la planeación estratégica

Año	Autor	Título	Concepto
400 a. C	Egipcios	Inicios	Reconocimiento de la necesidad de planear, organizar y controlar
1525	Nicolás Maquiavelo	Inicios	Confianza en la necesidad de cohesión en la organización, importancia de la planeación de políticas

1799	Eli Whitney	Inicios	Método científico, planificación en los controles de calidad, reconocimiento de la importancia de planificar
1898	Frederick Taylor	Teoría clásica	Necesidades de cooperación entre el trabajo y la gerencia, énfasis en la tarea administrativa, investigación, planificación, cooperación y control
1916	Henry Fayol	Teoría clásica	Establecimiento de los elementos del proceso administrativo (prever, organizar, dirigir, coordinar y controlar)
1953	John Keynes- Peter Drucker	Teoría neoclásica	Planificación estratégica, técnica operacional
1960- actualidad	-	Teoría neoclásica	Auge de la planificación estratégica

Fuente: Revisión bibliográfica

Elaborado por: Barahona, 2019

La planificación estratégica es el arte de formular estrategias comerciales, implementarlas y evaluar su impacto en función de los objetivos de la organización. El concepto se centra en la integración de varios departamentos comerciales (contabilidad y finanzas, investigación y desarrollo, producción, marketing, sistemas de información, gestión) para lograr los objetivos de la organización. El término planificación estratégica es sinónimo de gestión estratégica, solo que el primero se usa en el mundo corporativo y el segundo en el entorno académico (Cuervo & Máttar, 2016).

3.4.2.3 Proceso de la planificación estratégica.

Como se ha podido evidenciar la implementación de un plan estratégico permite a una determinada organización enfocarse en aprovechar los aspectos negativos tanto de su entorno como del interior de la misma. La aplicación de la planificación estratégica en los negocios es el resultado de decisiones administrativas difíciles que comprenden cursos de acción buenos y menos deseables (David, 2016). El desarrollo y la ejecución de planes estratégicos es un plan bien pensado realizado en tres pasos críticos:

- **Formulación de estrategia**

La formulación de la estrategia se refiere a las diferentes opciones o alternativas estratégicas de que se disponen en base a dar respuesta a las numerosas presiones e influencias identificadas en el análisis estratégico.

En la formulación de estrategias, el negocio evalúa su situación actual mediante una auditoría interna y externa, esta implica identificar las fortalezas y debilidades de la

organización, así como las oportunidades y amenazas (Análisis FODA). Además, se puede realizar esta planeación mediante otros elementos, mismos que se muestran en la siguiente tabla 4:

Tabla 4. Elementos para la formulación de la estrategia

Focus groups	Es un método o sistema que permite recolectar información necesaria del entorno de una organización. Se suele utilizar para implementar estrategias de marketing y hacer pruebas de producto y recibir feedback de un grupo de personas. Con esta modalidad se puede obtener una gran variedad de información sobre opiniones, ideas, motivaciones y actitudes de aquellas personas que son parte de una investigación. A pesar de esto, presenta una desventaja ya que suele tomar una muestra muy pequeña por lo que los resultados no serán 100% eficaces (García, Definición de Focus group, 2018).
Bases de datos estadísticos	Un sistema de gestión de bases de datos estadísticas (SDBMS) puede modelar, almacenar y manipular datos de una manera adecuada para las necesidades de los usuarios que desean realizar análisis estadísticos sobre los datos. Las bases de datos estadísticas tienen algunas características y requisitos especiales que no son compatibles con los sistemas de gestión de bases de datos comerciales existentes (Mota, 2014).
Planeación conceptual	La planificación conceptual del proceso es una actividad a través de la cual, se evalúa la capacidad de implementación y el costo de la etapa inicial de un proyecto. Dado que los principales costos que conlleva la ejecución de un proceso, están comprometidos en la especificación y diseño eficiente, es fundamental poder evaluar la necesidad y el costo de la implementación de un plan estratégico para una empresa (García, Definición de Focus group, 2018).

Fuente: Revisión bibliográfica

Elaborado por: Barahona, 2019

Cuando estos aspectos se suman al análisis FODA, se puede generar una retrospectiva y una alimentación interna y externa de la organización en cuanto a amenazas, oportunidades y grupos de interés de la empresa.

En este sentido profundiza en la evaluación de las estrategias y, sobre todo, en la ejecución y culmina con ayuda de la planificación táctica en los cronogramas y planes de medidas. El “planeamiento conceptual” enfatiza en gran medida la ejecución a través de la planificación del trabajo de relaciones públicas; así, este método resulta sobre todo apropiado para los procesos políticos sociales.

Como resultado, los gerentes pueden decidir qué nuevos mercados pueden aventurarse o abandonar, cómo asignar los recursos requeridos y si expandir sus operaciones a través de una empresa conjunta o fusiones (Colmont & Landaburu, 2014). Las estrategias comerciales resultan en efectos a largo plazo en el éxito organizacional. Solo los altos ejecutivos de negocios comprenden su impacto y están autorizados a asignar los recursos necesarios para su implementación.

- **Implementación de la estrategia**

Después de la formulación de la estrategia, la empresa necesita establecer metas a largo plazo, que son sus aspiraciones más grandes y suelen ser enunciadas en su visión. Este gran objetivo a largo plazo debe transformarse en metas medibles de corto plazo (generalmente metas de un año), para diseñar políticas y asignar recursos para su ejecución. También se conoce como la etapa de acción y es la fase más importante de la planificación estratégica. El éxito de la etapa de implementación está determinado por la capacidad de la empresa para fomentar un entorno y una cultura que motive a los empleados a trabajar. Las habilidades interpersonales de un gerente son críticas durante esta etapa (Walías, 2016). La implementación efectiva de la estrategia también implica el desarrollo de una estructura organizacional funcional, la máxima utilización de los sistemas de información y la redirección de los esfuerzos de marketing.

Para la implementación de las estrategias, se destina una cierta cantidad de recursos ya sean materiales o financieros contemplando gastos de reposición, de rectificación y gastos varios. El costo de introducción de una estrategia dependerá directamente de la necesidad de la empresa, sin embargo, el financiamiento total, por lo general, lo realiza la organización misma a partir de los activos que posee. Para muchos empresarios, esto no lo ven como un gasto sino como una inversión ya que destinan una cierta cantidad de recursos en beneficio de la empresa (Walías, 2016). El costo de una estrategia, por lo general demanda de una cantidad exorbitante de recursos ya que son implementadas por áreas y de acuerdo a la urgencia que tenga un departamento.

- **Evaluación de la estrategia**

(Walías, 2016) Cualquier persona de negocios inteligente sabe que el éxito de hoy no garantiza el éxito de mañana. Como tal, es importante que los gerentes evalúen el desempeño de varias estrategias después de la fase de implementación. La evaluación de la estrategia involucra tres actividades cruciales: revisar los factores internos y externos que afectan la implementación de las estrategias, medir el desempeño y tomar medidas correctivas. Esto garantiza que las empresas sean totalmente funcionales y rentables en cualquier época ya que con la evaluación de las estrategias se pretende mejorar alguna falla encontrada y a su vez mejorar las estrategias para adaptar a la organización al entorno cambiante.

Un indicador de gestión es la expresión cuantitativa del comportamiento y desempeño de un proceso, cuya magnitud, al ser comparada con algún nivel de referencia, puede estar señalando una desviación sobre la cual se toman acciones correctivas o preventivas según el caso. Es una herramienta importante para retroalimentar un proceso, de monitorear eficientemente la ejecución de un proyecto y los planes estratégicos que la organización vaya a implementar (García, 2016). Si su tiempo de respuesta es inmediato, se constituyen en lo más importante ya que las acciones de corrección que se vayan a tomar serán de inmediato. Entre los más usados son:

- Nivel de satisfacción del cliente
- Efectividad de un proceso
- Periodicidad
- Toma de decisiones estratégicas
- Porcentaje de correcciones realizadas

Por otro lado, la planificación estratégica cuenta con tres pasos que ocurren en tres niveles jerárquicos: los niveles corporativo, medio y operativo. Por lo tanto, es imperativo fomentar la comunicación y la interacción entre los empleados y gerentes en todos los niveles para ayudar a la empresa a operar como un equipo funcional. A continuación, se detallan los pasos que se debe seguir para formular una adecuada planificación dentro de las actividades de una organización

3.4.2.4 Elementos de la planificación estratégica.

Existen varios modelos y alternativas de un plan estratégico, que en general, se basan en un solo principio, el éxito empresarial. Por esta razón, se han estipulado siete elementos básicos que necesariamente debe tener un plan estratégico a pesar de que puedan existir otros elementos constitutivos, por lo general se resumen en los siguientes:

- **Declaración de la visión**

Una declaración de visión describe la forma en que se visualiza una empresa, y como tal debe darse a conocer y comunicar ese sueño a los empleados y clientes de una manera inspiradora. La declaración de visión debe revisarse continuamente para asegurar que siga alineada con la forma en que se ve la empresa (Luco, 2016). Una buena declaración de la visión empresarial se centra en mantener su identidad, prestigio y reconocimiento para ser valorada internacionalmente, utilizando el poder combinado de sus partes interesadas y empleados para impulsar el valor y la innovación.

Para el caso de la EPM-GIDSA (2019) su visión institucional es muy clara, y manifiesta lo siguiente:

La EPM-GIDSA hasta el 2020 será una empresa sustentable, innovadora, tecnificada y referente como modelo en la gestión integral de desechos sólidos, siendo un ente facilitador de la reducción, reutilización y reciclaje, contribuyendo conjuntamente con la ciudadanía al equilibrio ecológico.

- **Estado de la misión**

Mientras que una visión describe cómo ve la empresa a sus clientes y partes interesadas, una declaración de misión describe lo que hace actualmente. A menudo describe lo que hace, para quién y cómo. Centrarse en la misión cada día debe ser la prioridad ya que esto le permitirá alcanzar su visión (Boris, 2019). Una declaración de misión es capaz de ampliar sus opciones y/o reducirlas. De igual manera permite darse a conocer en el mercado en el cual desarrolla las actividades empresariales.

La Empresa Pública Municipal EPM-GIDSA (2019), ha diseñado su misión, misma que manifiesta:

La EPM-GIDSA presta servicios de calidad en la gestión integral de desechos sólidos del cantón Ambato que contribuyen a mantener la salud, bienestar de los habitantes y la protección del ambiente, con la participación activa de la ciudadanía y utilizando efectivamente el talento humano y los recursos.

- **Valores fundamentales**

Los valores centrales describen las creencias y comportamientos de la empresa y permitirán lograr la visión y misión planteadas, mismas que serán verificadas cada día y estipular el estado actual de la empresa. Los valores o principios de una organización le permiten darse a conocer de manera eficaz ganándose un prestigio empresarial competitivo (Boris, 2019). En la actualidad cada empresa se plantea valores de acuerdo a su actividad empresarial, sin embargo, todas coinciden en los siguientes:

- Liderazgo: el coraje para dar forma a un futuro mejor
- Colaboración: aprovecha el genio colectivo
- Integridad: sé real
- Responsabilidad: si es así, depende de mí
- Pasión: comprometida en corazón y mente
- Diversidad: tan inclusiva como nuestras marcas
- Calidad: lo que hacemos, lo hacemos bien

- **Análisis FODA**

El análisis FODA es una sigla que significa: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas; dentro de cada uno de los ambientes (externo e interno) se analizan las principales variables que la afectan; en el ambiente externo se encuentran las amenazas y las oportunidades debido a que resultan muy difícil de modificarlas y dentro del ambiente interno se buscan las fortalezas y las debilidades, sobre las cuales se puede actuar directamente.(González, 2017). El determinar cuáles son los factores FODA, permitirá saber cómo cada uno de ellos afectará al objetivo principal de la empresa.

Michael Porter en su libro ventaja competitiva nos habla sobre la cadena de valor, que es fundamentalmente una serie de etapas que van creando valor dentro de una organización, con la finalidad de crear y sostener una ventaja competitiva que se refleje en mayor rentabilidad dentro de la empresa, así también nos habla de la importancia de realizar un análisis interno y externo, utilizando herramientas como el FODA y el análisis PESTEL, herramienta de análisis estratégico que ayuda a reconocer todos aquellos factores externos a la institución sobre los que no se tiene influencia, pero que al conocerlos se consigue aminorar los efectos de las amenazas e incrementar las oportunidades. (Ibarra Rosero, 2019)

Para el desarrollo de la investigación se ha utilizado la herramienta estratégica de análisis de la situación como principal objetivo para obtener un claro diagnóstico con el cual los directivos puedan tomar las decisiones estratégicas de manera oportuna, y mejorar el accionar futuro de la empresa, aprovechando los puntos determinados como fuertes y sacando el máximo partido a las oportunidades detectadas, pero lo más importante también para las autoridades institucionales es darle énfasis en la corrección de errores y el fortalecimiento de los puntos débiles que hayan sido puestos en evidencia durante el proceso de análisis.

En base a esta revisión bibliográfica, se estableció un análisis, de los factores político, económico, cultural, tecnológico, ecológico y legal, PESTEL. Así como también, de las fortalezas, debilidades y amenazas que rodean la situación de la EPM-GIDSA. Esto ha sido posible gracias a la participación y colaboración activa de esta empresa, pensando siempre en la mejora de la gestión y en la posibilidad de aprovechar los factores que juegan a su favor y poder fortalecer las carencias y aspectos en los que aún se encuentra teniendo ciertas dificultades. El análisis PESTEL de la EPM-GIDSA queda establecido de la siguiente manera:

Factor Político:

Dentro del análisis del factor político se puede precisar que existe la decisión política de las autoridades locales y el compromiso con la Gestión Integral de Desechos Sólidos, tal es así que con fecha 19 de agosto de 2011, mediante Ordenanza Municipal se creó la empresa pública, misma que está orientada a la prestación de los servicios de barrido de

vías y espacios públicos, recolección, transporte y disposición temporal y definitiva de los desechos sólidos así como existe el apoyo decidido para la determinación de las tasas de recaudación que ayudan a la empresa a ser autosustentable y a permanecer en el tiempo.

Factor Económico:

Este factor es determinante dentro de toda institución, en el caso de la EPM-GIDSA, el GAD Municipalidad de Ambato, asigna un recurso económico anualmente para que la empresa ejecute su operación; cuenta adicionalmente con ingresos propios generados de la recaudación de tasas retributivas por la prestación de los distintos servicios, con lo cual solventa sus gastos, mismos que guardan conformidad con el POA elaborado para cada año y cada proceso.

Factor Social:

La responsabilidad social empresarial que la EPM-GIDSA ha puesto de manifiesto a lo largo de su creación, se ha visto reflejada en la generación de fuentes de empleo para varias familias mediante la contratación de microempresas para el servicio de barrido, recolección y transporte de desechos sólidos, así como también con el proyecto de reciclaje inclusivo, el cual ha dignificado el trabajo de los recicladores de base garantizando y mejorando su calidad de vida, ha realizado campañas para culturizar a la ciudadanía sobre el manejo adecuado de desechos sólidos y depósito responsable de los mismos en los contenedores.

Factor Tecnológico:

Dentro de este factor es importante recalcar que la empresa ha realizado esfuerzos importantes con la finalidad de mantenerse a la vanguardia de grandes ciudades, realizando convenios y procesos de contratación que permitan alcanzar este objetivo; y, hasta la actualidad cuenta con una cobertura contenerizada de aproximadamente el 95%, en la zona urbana y un 85% en la zona rural, con contenedores en su mayoría de propiedad de la EPM-GIDSA.

Factor Legal:

La EPM-GIDSA está sujeta a los principios y normativas previstas en la Constitución de la República, la Ley Orgánica de Empresas Públicas, las Ordenanzas Municipales y reglamentos, manuales y resoluciones que se creen y/o aprueben para su normal funcionamiento y ejecución de procesos.

Factor Ecológico:

Dentro de este factor existe mucho trabajo por hacer, la empresa ha creado propuestas, con el fin de cumplir las normas ambientales nacionales e internacionales con el involucramiento de sus actores. Además, mediante diversos estudios y consultorías se ha normado la relación entre empresa-usuario en torno a la prestación de los servicios públicos, ha ido creando programas y proyectos, asimismo también ha incentivado acciones para crear una conciencia ciudadana sobre la responsabilidad con nuestro planeta.

El análisis FODA de la EPM-GIDSA queda estructurado de la siguiente manera:

Fortalezas de los Servicios:

- La EPM-GIDSA ha implementado un sistema de recogida selectiva puerta a puerta, en algunos barrios de la ciudad.
- Campañas de concientización a la población.
- Cuenta con ingresos económicos provenientes de tasas retributivas por la prestación de los diferentes servicios.
- La Empresa cuenta con una flota de transporte para la recolección de los distintos tipos de residuos.
- La EPM-GIDSA cuenta con el espacio físico necesario para la disposición final de desechos.

Oportunidades de los servicios:

- Reducir los desechos sólidos a nivel de la fuente y origen, mediante la clasificación, aumentando la vida útil del relleno sanitario.
- Mayor cultura tanto a nivel empresarial como de la población para segregar y disponer adecuadamente los residuos.
- Promover el reciclaje en la fuente.
- Actualizar los costos de los diferentes servicios de acuerdo con los índices de inflación.
- Investigar metodologías y tecnologías para la industrialización de la basura en general.
- Marco Legal que promueve la adecuada gestión de residuos sólidos.
- Búsqueda de fuentes de financiamiento interno y externo.

Debilidades de los Servicios:

- Escasa concienciación ciudadana en cuanto a la clasificación de residuos
- Tasa de generación de residuos sólidos muy baja.
- Ausencia de planificación y organización.
- Ineficientes sistemas de información.
- Sector de la construcción y obra pública poco concientizado.
- Falta de la tecnología adecuada para la recolección.
- Factores climáticos, topográficos y geográficos de los cantones
- Alto costo del equipamiento y manejo de los residuos sólidos.

Amenazas de los Servicios:

- El manejo inadecuado de los desechos sólidos atenta contra la salud pública, se favorece la aparición de enfermedades infectocontagiosas.
- Contaminación de los recursos naturales: agua, suelo, aire.
- Modelo actual de sociedad de consumo.
- Reutilización limitada de ciertos residuos.
- Costo de la gestión de los residuos muy baja, no se recupera la inversión.

Metas a largo plazo

Los objetivos a largo plazo son declaraciones que detallan un nivel por debajo de la visión y describen cómo planea lograrlo. Este conjunto de objetivos generalmente comienza dentro de tres años y se extiende hasta alrededor de cinco años en el futuro, alineándose directamente con las declaraciones de misión y visión. Los objetivos a largo plazo son los hitos que una empresa establece para guiar las operaciones hacia sus objetivos de largo alcance (Ramírez J. , 2017). Algunos ejemplos de objetivos a largo plazo podrían ser que una empresa fortalezca su participación en el mercado local, aumente las ganancias o expanda sus operaciones.

Las metas a largo plazo de la EPM-GIDSA se enfocan principalmente en tres aspectos primordiales, que buscan la reducción de desechos sólidos; el aseguramiento del servicio y la gestión institucional. Es así que sus objetivos de largo plazo se contextualizan en:

- a) Reducir la cantidad de desechos sólidos para la disposición final en el relleno sanitario.
- b) Asegurar la continuidad, sostenibilidad y crecimiento de cobertura de los servicios.
- c) Acreditar a la empresa como modelo de gestión.

• Objetivos anuales

Todas las metas a largo plazo deben contener objetivos anuales que ayuden y promuevan a alcanzar lo establecido. Cada objetivo debe ser lo más inteligente y versátil posible. Además, debe cumplir con los siguientes requerimientos: debe ser específico, medible, alcanzable, realista y basado en el tiempo. Estos objetivos anuales se pueden dividir en objetivos a corto plazo, los cuales van a requerir de un plan de acción que se debe llegar a cumplir (Boris, 2019).

Como ya se ha manifestado, es necesario tener una visión, y trasladarla a objetivos más pequeños. Para dar cumplimiento a los objetivos de la empresa a largo plazo, es necesario contar con objetivos más pequeños que sean medibles y razonables,

encaminados a la consecución de las metas macro. Para la EPM-GIDSA, sus objetivos anuales se concretan en:

- a) Separar adecuadamente los desechos sólidos desde la fuente hasta su disposición final.
- b) Procesamiento y comercialización de los desechos sólidos generados recolectados.
- c) Alianzas con el sector privado para la recolección, clasificación, procesamiento y comercialización de desechos.
- d) Optimizar la disposición final de los desechos sólidos no reciclables.
- e) Servicio de recolección
- f) Gestión del relleno sanitario.
- g) Gestión del mantenimiento.
- h) Gestión del barrido y limpieza
- i) Obtener la certificación ISO 9000 e ISO 14000
- j) Gestión del talento humano.
- k) Gestión administrativa/tecnológica.

- **Plan de acción**

Cada objetivo debe tener un plan que detalle cómo se logrará. La cantidad de detalles depende de la flexibilidad que se desee y que tengan los gerentes y equipo de trabajo. Un objetivo, mientras más detalles posea, existirá menos flexibilidad para los que lo siguen. Una visión sin un plan es solo un sueño y un plan sin visión es solo trabajo pesado, pero una visión con un plan puede cambiar el mundo y el entorno de la empresa (Boris, 2019). Crear un plan para lograr los objetivos de una organización permite expandir su territorio empresarial, así como algunas de las corporaciones más exitosas comenzaron en garajes, y a través de la planificación se convirtieron en gigantes de la industria.

3.4.2.5 Beneficios de la planificación estratégica.

La volatilidad del entorno empresarial hace que la mayoría de las empresas adopten estrategias reactivas y no proactivas. Sin embargo, las estrategias reactivas son a corto plazo, lo que hace que las empresas gasten una cantidad significativa de recursos y

tiempo. La planificación estratégica ayuda a las empresas a prepararse de antemano; permite que la empresa se encuentre preparada para responder a situaciones específicas ya sea ante la presencia de una amenaza o al surgir una ventaja que deba aprovechar para ser más competitiva en su entorno (Espinosa, 2016). En este contexto se pueden determinar tres beneficios importantes:

- **Ayuda a formular mejores estrategias utilizando un enfoque lógico y sistemático**

Sigue siendo el beneficio más importante. Algunos estudios muestran que el proceso de planificación estratégica hace una contribución significativa más que la decisión en sí misma porque abre las puertas a un cambio empresarial lo que le permite alcanzar con mayor facilidad los objetivos y metas planteadas al mismo tiempo que se posiciona de mejor manera en el mercado satisfaciendo con excelencia las necesidades y demanda de los consumidores, clientes y colaboradores que forman parte esencial de la estructura social de una organización.

- **Mejor comunicación entre empleadores y empleados**

La comunicación es crucial para el éxito del proceso de planificación estratégica. Se inicia a través de la participación y el diálogo entre los gerentes y empleados, lo que demuestra su compromiso con el logro de los objetivos organizacionales. La planificación estratégica también ayuda a los gerentes y empleados a mostrar compromiso con los objetivos de la organización porque saben lo que está haciendo la compañía y la razón detrás de esto (Peña, 2015). De igual manera permite que las metas y objetivos de la organización sean reales, ya que los empleados pueden comprender la relación entre su desempeño y la compensación. Como resultado, tanto los empleados como los gerentes se vuelven innovadores y creativos, lo que fomenta aún más el crecimiento de la empresa.

- **Empodera a las personas que trabajan en la organización**

El aumento del diálogo y la comunicación en todas las etapas del proceso fortalece el sentido de efectividad, toma de iniciativas e imaginación del empleado. Explica la necesidad de que las empresas descentralicen el proceso de planificación estratégica mediante la participación de gerentes de nivel inferior. Esto permite tener un mayor

control de las actividades de la institución y a su vez, posibilita la participación de empleados y colaboradores estimulando el compromiso de alcanzar el éxito empresarial (Peña, 2015).

En la actualidad, un número creciente de empresas utiliza la planificación estratégica para formular e implementar decisiones efectivas. A pesar de que consume una cantidad excesiva de tiempo, esfuerzo y dinero, un plan estratégico bien pensado fomenta el crecimiento, el logro de objetivos y la satisfacción de los empleados mejor y más rápidos. Adicionalmente, proporciona un servicio de calidad de tal manera que los clientes, usuarios o consumidores se sientan seguros de formar parte de una determinada organización.

4.4.3 Competitividad.

La globalización ha traído beneficios significativos para las diferentes empresas alrededor del mundo, así, por ejemplo, les ha dado la oportunidad de explorar nuevos mercados, beneficiarse de la caída de las barreras comerciales y adaptarse más rápidamente al progreso tecnológico, sin embargo, también ha agudizado la competencia. Como resultado, cada vez es más difícil para las organizaciones lograr mantener y mejorar la competitividad empresarial. Los clientes tienen memoria a corto plazo y un número infinito de opciones al alcance de la mano por lo que crear competitividad en una empresa resulta pieza clave para el crecimiento y desarrollo empresarial Ibarra et al., (2017)

Para que las empresas enfrenten los desafíos significativos y crecientes de la globalización, necesitan respaldo gubernamental e institucional. Un enfoque triple puede ayudar a construir y fortalecer la competitividad: una asociación empresarial-gubernamental más estrecha; redes efectivas de agencias nacionales involucradas en la cadena de valor; y uso óptimo de nuevas tecnologías Ibarra et al., (2017). La globalización ha agudizado la competencia y el principal desafío que enfrentan las organizaciones es cómo aprovechar los nuevos recursos y mercados mientras se enfrenta a una competencia global intensa y creciente. El desafío que enfrentan los gobiernos es cómo diseñar e implementar políticas y estrategias de apoyo. Tanto las empresas como el gobierno deben intensificar su asociación para construir y fortalecer la competitividad.

El término competitividad generalmente se compara con problemas macroeconómicos (como cambios en los salarios) o problemas microeconómicos (como la ausencia de emprendimiento y regulaciones burocráticas excesivas en las empresas). En las discusiones populares, soluciones como depreciar el tipo de cambio o reducir la burocracia a menudo se sugieren como una medicina para aumentar la competitividad empresarial. Estos influyen claramente en la competitividad empresarial, pero son insuficientes para hacer frente a los desafíos de una economía global (Rivas, 2019).

La peor parte del desafío de la competitividad recae en el sector empresarial ya que deben plantearse estrategias capaces de responder eficazmente al exigente entorno global, además, deben desarrollar una gama de capacidades que les permitan competir en las áreas de tecnología, marketing, gestión, recursos humanos y finanzas, y actualizarlas continuamente con el tiempo (Rivas, 2019). Sin embargo, la construcción de la competitividad empresarial también debe involucrar tanto a los gobiernos como a las instituciones de apoyo al comercio de manera importante. Necesitan apoyar la competitividad con una estrategia coherente. Traducir esta estrategia al éxito depende de una asociación estrecha y activa entre las empresas y el gobierno.

3.4.3.1 Definición competitividad.

A pesar de que el término competitividad se usa comúnmente en campos como la economía o la política, no tiene una definición estandarizada. Por el contrario, su significado puede variar mucho según el contexto y la percepción. En el caso de la competitividad empresarial, puede definirse como la capacidad de las organizaciones para producir bienes o servicios con una relación calidad-precio favorable que garantice una buena rentabilidad mientras se logra la preferencia del cliente sobre otros competidores. La competitividad asegura que la empresa sea sostenible y duradera

La competitividad se puede dividir en dos tipos: competitividad de precios, es decir, la capacidad de crear y ofrecer bienes y servicios de calidad a costos más bajos que los competidores; y la competitividad estructural que es la capacidad de imponer sus productos o servicios independientemente de su precio, gracias a su calidad, innovación, servicios relacionados o imagen de marca. La competitividad forma parte de las empresas

ya sean públicas o privadas ya que les permite crear, necesariamente, estrategias para hacerle frente a sus competidores (Rivas, 2019).

3.4.3.2 Elementos de la competitividad.

La primera fuente de creación de valor dentro de la empresa es el capital humano. En otras palabras, una empresa competitiva es capaz de atraer el mejor talento y mantenerlo motivado para que realice sus tareas de la mejor manera posible y estos a su vez tengan la capacidad de atraer y crear relaciones duraderas con los clientes, siendo esta, una de las principales cualidades que definen a la empresa competitiva (Badrinath, 2017). Por otro lado, la compañía tiene dentro de sí un ecosistema complejo, compuesto de otros elementos diversos como el capital humano, los procesos y la tecnología. La forma en que la empresa organiza y coordina todas estas partes define si su desempeño es positivo o negativo.

En resumen, una empresa competitiva se anticipa a todo y tiene miembros eficientes, tiene muy pocas o ninguna pérdida y es proactiva. La competitividad se puede construir y medir teniendo en cuenta diferentes aspectos (Badrinath, 2017). Para esto, se requiere que la empresa cree una estrategia que implique la optimización constante de diferentes factores que influyen de manera directa en el crecimiento empresarial de una organización. Estos a su vez, necesitan ser evaluados para garantizar que la institución este correctamente direccionada hacia el cumplimiento de metas y objetivos. Los principales elementos de la competitividad son:

- **Propuesta de valor**

Además de la gestión inteligente de la cadena de suministro, las organizaciones necesitan una propuesta de valor atractiva y bien definida. Eso significa que deben contar con algo que distinga a la empresa dentro del mercado en el que desarrolla sus actividades. En muchos casos, este valor proviene de una combinación de elementos tales como características de servicio al cliente, soporte logístico, sistemas de información y marca de productos (Durán, 2015). Esto se debe combinar con las buenas relaciones interpersonales y la comunicación asertiva entre los gerentes, empleados y clientes.

La empresa pública municipal EPM-GIDSA es la única empresa que presta el servicio de gestión integral de desechos sólidos, sin competidores en esta área. Como único encargado de la gestión integral de estos desechos no tiene como tal que preocuparse de la competencia, por lo que su única meta es proporcionar el servicio de una manera adecuada.

Los ingresos económicos que obtiene la empresa provienen en mayor porcentaje por la prestación de servicios de barrido, recolección, transporte y disposición final de desechos comunes que son cobrados a la ciudadanía de manera mensual en la planilla de energía eléctrica; y, los ingresos provenientes de la prestación del servicio de recolección diferenciada de desechos hospitalarios, así como por la disposición final de desechos industriales y escombros generados en el cantón que son recaudados en las ventanillas institucionales. Y, un porcentaje reducido de capital inyecta el Municipio de Ambato, específicamente para el pago del servicio de recolección de desechos comunes en las zonas rurales que son cubiertas por la empresa contratada Global Parts.

La siguiente tabla 6 muestra los ingresos mensuales de la EPM- GIDSA por cada componente que debe procesar y recolectar:

Tabla 5. Ingresos Económicos EPM-GIDSA

TIPO DE DESECHO	INGRESO	ENTRE QUE RECOLECTA
Desechos Comunes	4.006.213,83	EEASA
Desechos Infecciosos	575.124,97	RECAUDACIÓN PROPIA
Desechos Industriales	569.052,90	RECAUDACIÓN PROPIA
Escombrera	458.439,31	RECAUDACIÓN PROPIA
Transferencia GADMA	1.500.000,00	MUNICIPIO TRANSFIERE
TOTAL	7.108.831,01	

Fuente: EPM-GIDSA

Elaborado por: Barahona, 2019

Como puede observarse, el mayor ingreso que tiene la empresa es el de tratamiento de los desechos comunes, que se producen en toda la ciudad, seguido por la transferencia del GADMA. En cuanto a la recaudación propia se puede visualizar que los rubros de los ingresos son muy similares en sus valores totales.

- **Comunicación fluida**

El capital humano es la principal fuente de creación de valor dentro de la empresa. Teniendo esto en cuenta, es vital que todos sus miembros tengan los canales adecuados para enviar y recibir información relevante. Esto les permitirá conocer claramente sus responsabilidades y las de los demás; que luego se traducirá en un mejor flujo de trabajo y una mayor productividad.

“Se entiende por comunicación a la transmisión de la información que se da entre personas, la misma que es de vital importancia en cualquier organización, y que debe manejarse con la mayor seriedad y objetividad posibles” (Copo Arévalo, 2017, pág. 42). Un adecuado nivel de comunicación, que se maneje con fluidez y precisión servirá para que la empresa pueda direccionarse de forma correcta y se eviten malos entendidos en cuanto a la transmisión de información relevante, que sirve para la toma de decisiones empresariales.

Una comunicación eficiente con todas las partes que interactúan con la empresa, da como consecuencia la mejora de la competitividad; además de la ventaja de estar preparados para enfrentar los cambios del entorno que puedan darse de manera imprevista (Grupo Femxa, 2017).

- **Estrategia de gestión de riesgos**

Cuando se trata de la competitividad y eficiencia de una empresa; altos riesgos equivalen a altas recompensas. Sin embargo, esta fórmula también se puede aplicar en el caso contrario; es por esto que cualquier proyecto nuevo que desee aplicar, debe cubrir sus puntos débiles definiendo una buena estrategia de gestión de riesgos. Esto permitirá identificar todos los posibles escenarios negativos que puedan surgir como resultado de la implementación de un proyecto (Gusmán, 2018). Por lo tanto, se podrá tomar medidas que garanticen la reducción de daños o pérdidas en caso de que el proyecto no funcione.

En el entorno de la EPM- GIDSA se observan varios factores de riesgos, entre los riesgos naturales con mayor afectación se puede hacer mención al estado de las vías con las afectaciones del cambio climático, ya que a veces con los desplazamientos continuos

de tierra se obstaculiza el paso de los vehículos para cumplir con las labores operativas cotidianas.

Otro riesgo constante al que se expone la EPM- GIDSA se basa en la falta de preparación de los operarios, puesto que, aunque se les preste las garantías y ayuda con las directrices de manejo de vestimenta y seguridad laboral, los trabajadores optan por realizar el trabajo de una manera que les resulte cómodo, pero sin las garantías de seguridad, por lo que se exponen a accidentes laborales que pueden traer consecuencias irreparables a su integridad.

Adicionalmente, los trabajadores operativos trabajan con desperdicios biológicos, lo que eleva las posibilidades de adquirir enfermedades y debilitar las defensas de las personas que se exponen en este trabajo de manejo de desechos.

- **Tecnología adecuada**

La innovación va de la mano con la tecnología. Si se desea disfrutar de los beneficios de la estandarización de procesos, la automatización de tareas y el análisis inteligente de datos; entonces, sin duda, se debe invertir en herramientas tecnológicas de vanguardia. La tecnología representa uno de los principales medios por los cuales se puede mejorar de forma segura la competitividad y la eficiencia de una empresa. Luego, se debe integrar ITSM o soluciones de seguridad a los sistemas, para facilitar el trabajo de los empleados y lograr mejores resultados (Badrinath, 2017).

Hay que mencionar que la EPM- GIDSA, ha evolucionado mucho en cuanto a la implementación de objetos tecnológicos, tanto para facilitar sus labores, como para brindar un mejor servicio a la ciudadanía ambateña. En los inicios, la empresa realizaba los trabajos de barrido de calles y la recolección de desechos de forma manual, sin embargo, hoy en día cuentan con barredoras mecánicas y camiones de recolección con carga frontal y lateral. Así también ha habido cambios en cuanto a la disposición temporal que se realizaba al pie de las veredas, y hoy en día se cuenta con varios contenedores y cajas compactadoras ubicadas en puntos estratégicos como plazas y mercados. Además, no se ha escatimado en la inversión para la recolección y el tratamiento de desechos hospitalarios, pues para esta actividad se cuenta con un camión especializado que posee

además rastreo satelital para todas las flotas, sin dejar a un lado el sistema de captación de biogás y una planta de lixiviados.

En cuanto a lo que se refiere a las oficinas de la EPM- GIDSA, se ha podido verificar que de igual manera trabajan bajo la influencia de la tecnología, con un sistema de gestión documental integrado llamado SGD, mismo que controla toda la parte administrativa de la empresa. Adicionalmente y para la seguridad, tanto de los trabajadores como de los usuarios, en la infraestructura, tanto interna como externa de las oficinas de la empresa se cuenta con un sistema de cámaras de vigilancia que graban todos los acontecimientos que ocurren en la empresa y sus alrededores más próximos.

- **Atención a los clientes**

Se presta mucha atención a la relación con los clientes. Es importante que se desarrollen estrategias que ayuden a ofrecer una excelente calidad de servicio para que se creen lazos duraderos con ellos (López R. , 2019). En este caso, es necesario que se preste especial atención a clientes potenciales quienes se convertirán en el pilar fundamental para el crecimiento de la organización y de este modo posibiliten el alcance de las metas y cumplimiento de los objetivos, mismo que será evaluado constantemente para establecer la situación actual de la empresa.

Así también es imperioso recalcar que la atención a los clientes es uno de los pilares de gran influencia en cualquier empresa, de cualquier sector económico, pues “es su cara visible al resto del mundo, quien gestiona la comunicación directa con los usuarios y quien, además, puede conseguir incrementar los beneficios. Es sin lugar a dudas una característica de calidad” (López R. , 2019).

La principal función de la EPM-GIDSA es la de prestar un servicio a la colectividad, por lo que su prioridad es precisamente la satisfacción de los usuarios del sistema; así que es necesario que las estrategias estén orientadas a este fin.

Un ejemplo claro de las estrategias para los fines propios de la empresa se detalla a continuación a manera de objetivos medibles.

- **Estrategia a corto plazo**

Objetivo: Obtener un 5% como máximo de quejas sobre el servicio de la EPM-GIDSA para el año 2020

Indicador:

Porcentaje de quejas sobre el servicio de EPM-GIDSA para el año 2020.

Fórmula de cálculo:

$$\frac{\text{numero de quejas año 2020}}{\text{Total de clientes atendidos 2020}} * 100$$

Objetivo: Garantizar el 100% de disponibilidad del servicio para los usuarios de la EPM-GIDSA en el año 2020.

Indicador:

Porcentaje de servicio alcanzado en el año 2020 en la EPM-GIDSA en el año 2020.

Fórmula de cálculo:

$$\frac{\text{Total de servicios alcanzados año 2020}}{\text{Total servicios solicitados 2020}} \times 100$$

Estrategia a largo plazo

Objetivo: Optimizar los tiempos del servicio de la EPM- GIDSA en el año 2020.

Indicador:

Número de horas efectivas del servicio entregado por la EPM-GIDSA en el año 2020.

Fórmula de cálculo:

Horas prom. de servicio final 2020 – Horas prom. de servicio inicio 2020

4.4.4 Desechos sólidos.

En todo el mundo, las tasas de generación de residuos están aumentando. En 2016, las ciudades del mundo generaron 2.01 mil millones de toneladas de desechos sólidos, lo que equivale a una huella de 0,74 kilogramos por persona por día. Con el rápido crecimiento de la población y la urbanización, se espera que la generación anual de residuos aumente en un 70% desde los niveles de 2016 a 3.40 mil millones de toneladas en 2050 (Banco Mundial, 2019).

En comparación con los de las naciones desarrolladas, los residentes de los países en desarrollo, especialmente los pobres urbanos, se ven más gravemente afectados por los residuos gestionados de forma no sostenible. En los países de bajos ingresos, más del 90% de los desechos a menudo se eliminan en vertederos no regulados o se queman abiertamente (Banco Mundial, 2019). Estas prácticas crean graves consecuencias para la salud, la seguridad y el medio ambiente. Los residuos mal gestionados sirven como caldo de cultivo para los vectores de enfermedades, contribuyen al cambio climático global a través de la generación de metano e incluso pueden promover la violencia urbana.

La gestión adecuada de los desechos es esencial para construir ciudades sostenibles y habitables, pero sigue siendo un desafío para muchos países y ciudades en desarrollo. La gestión eficaz de los residuos es costosa, a menudo comprende del 20% al 50% de los presupuestos municipales. La operación de este servicio municipal esencial requiere sistemas integrados que sean eficientes, sostenibles y con apoyo social Rondón et al., (2016)

El Banco Mundial financia y asesora proyectos de gestión de residuos sólidos utilizando un conjunto diverso de productos y servicios, incluidos préstamos tradicionales, financiamiento basado en resultados, financiamiento de políticas de desarrollo y asesoramiento técnico. Los proyectos de gestión de desechos financiados por el Banco Mundial abordan todo el ciclo de vida de los desechos, desde la generación hasta la recolección y el transporte, y finalmente el tratamiento y la eliminación (Banco Mundial, 2019). Los objetivos que guían los proyectos e inversión de gestión de residuos sólidos del Banco incluyen algunos como los especificados en la tabla 7:

Tabla 6. Objetivos de la gestión de residuos

Infraestructura	El Banco Mundial proporciona inversiones de capital para construir o mejorar las instalaciones de clasificación y tratamiento de desechos, cerrar vertederos, construir o renovar rellenos sanitarios y proporcionar contenedores, contenedores de basura, camiones y estaciones de transferencia.
Estructuras e instituciones legales	Los proyectos asesoran sobre medidas políticas sólidas e instituciones coordinadas para el sector de gestión de residuos municipales.
Sostenibilidad financiera	A través del diseño de estructuras de impuestos y tarifas, y la planificación a largo plazo, los proyectos ayudan a los gobiernos a mejorar la contención y recuperación de los costos de residuos.
Participación ciudadana	El cambio de comportamiento y la participación pública son clave para un sistema funcional de residuos. El Banco Mundial apoya el diseño de incentivos y sistemas de concientización para motivar la reducción de desechos, la separación de fuentes y la reutilización.
Salud y seguridad	El trabajo del Banco Mundial en el manejo de residuos municipales mejora la salud pública y los medios de vida al reducir la quema al aire libre, mitigar la propagación de vectores de plagas y enfermedades y prevenir el crimen y la violencia.
Cambio climático y Medio ambiente	Los proyectos promueven la eliminación de residuos ambientalmente racional. Apoyan la mitigación de gases de efecto invernadero a través de la pérdida de alimentos y la reducción de residuos, el desvío de residuos orgánicos y la adopción de tecnologías de tratamiento y eliminación que capturan biogás y gas de vertedero (Banco Mundial, 2019). Los proyectos de desechos también apoyan la resiliencia al reducir la eliminación de desechos en las vías fluviales, abordar la gestión de escombros y proteger la infraestructura contra las inundaciones.
Inclusión social	La recuperación de recursos en la mayoría de los países en desarrollo depende en gran medida de los trabajadores informales, que recolectan, clasifican y reciclan del 15% al 20% de los desechos generados. Los proyectos abordan los medios de vida de los recicladores a través de estrategias como la integración en el sistema formal, así como la provisión de condiciones de trabajo seguras, redes de seguridad social, restricciones de trabajo infantil y educación Chuaqui et al., (2016).
Creación de conocimiento	El Banco Mundial ayuda a los gobiernos a planificar y explorar soluciones apropiadas a nivel local a través de la experiencia técnica, datos y análisis. Los datos estimados a través de proyecciones instantáneas, reflejan que, a nivel global, si la gestión de residuos sólidos no es correctamente manejada a través de una planeación estratégica, los residuos se incrementarían considerablemente (Banco Mundial, 2019). El compromiso de gestión de residuos abarca múltiples áreas de desarrollo, incluyendo energía, sostenibilidad ambiental, alimentación y agricultura, salud y población, protección social, transporte, desarrollo urbano y agua.

Fuente: Revisión bibliográfica

Elaborado por: Barahona, 2019

Una vez que ha sido estructurado el marco teórico con una revisión bibliográfica amplia respecto de la situación actual de la EPM-GIDSA en la gestión de la planificación estratégica, tenemos como resultado del diagnóstico y análisis de dicha información, que la empresa posee una sólida red establecida de usuarios al tratarse de la prestación de un servicio de su exclusiva competencia, cuenta con el presupuesto necesario para la ejecución de sus procesos, sin embargo también lleva a cabo procedimientos de planificación y procesos ineficientes, no realiza la búsqueda de sistematización del sistema de manera proactiva, mantiene estrategias que carecen de indicadores medibles y accionables para integrar la estrategia con las operaciones diarias de la empresa, no se asignan metas, responsables y un plan de acción estructurado, que permita a la empresa asegurar la obtención de resultados positivos en el tiempo.

4.5 Metodología

4.5.1 Fundamentación filosófica.

El desarrollo de este proyecto de investigación se encuentra enmarcado en un paradigma socio-crítico, debido a que las empresas en la actualidad buscan nuevas alternativas y estrategias que les permita permanecer en el mercado, con buenas referencias y sobre todo con la satisfacción de los clientes. Al realizar un análisis de las estrategias actuales que maneja la EPM-GIDSA, es posible determinar si estas están siendo efectivas o no, en lo que refiere a su gestión, tanto desde la parte interna, como desde la externa. Trabajar en base a una metodología filosófica, ayuda al análisis y al cuestionamiento de una problemática, permitiendo al investigador partir de una base concreta y no únicamente con conocimientos empíricos (Tapia Meza, 2019).

4.5.2 Fundamentación dialéctica.

La normativa legal de la EPM-GIDSA se orienta a la mejora continua y preparación permanente de los cambios cualitativos a través de un diagnóstico, inicio, fortalecimiento, incentivo y restitución, sobre la base del enfoque proactivo que sustentan su actuación.

Hay que tomar en cuenta que la comunicación es un aspecto de vital importancia en todas las organizaciones en las que participa el ser humano; más aún si se trata del trabajo dentro de una empresa formal que brinda un servicio a la colectividad. Por esta razón es

imperioso analizar si las estrategias, labores y metas institucionales de la EPM-GIDSA se conocen a nivel de todo el personal interno y también la perspectiva que poseen los usuarios sobre la gestión que se desempeña.

Mediante un dialogo con las personas inmersas en el desarrollo de la estrategia, así como de su implementación, medición y evaluación, se puede establecer con exactitud la situación actual de la empresa y conocer que es lo que hace falta para mejorar la gestión y que se puedan alcanzar los objetivos institucionales.

4.5.3 Enfoque

Esta investigación es de carácter descriptivo con enfoque cualitativo debido a las técnicas de investigación como entrevistas, se recolectarán los datos sin medición numérica y también se utilizará el enfoque cuantitativo, ya que se usarán datos que se amparan en la medición numérica.

4.5.3.1 Investigación cuantitativa.

Es necesaria la aplicación de una investigación cuantitativa, pues permite plasmar en contexto datos numéricos sobre una temática. En concreto, para este trabajo; de **“PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y LOS NIVELES DE COMPETITIVIDAD”**, mediante la recopilación de datos cuantificables y la realización de técnicas estadísticas, software estadístico. Además, permite recopilar la información primaria utilizando métodos de muestreo cuyos resultados se pueden representar en forma numérica una vez que hayan sido analizados de manera cuidadosa para predecir el futuro probable del tema en cuestión (Salas, 2011).

La información cuantitativa de este trabajo se centra en la obtención de los datos, tabulaciones y cuantificaciones de los mismos en base a la perspectiva de los colaboradores de la empresa. A través de las hojas de cálculo de Microsoft Excel se pretende procesar a tabular los datos de las encuestas, base para el análisis de resultados mediante la elaboración de tablas y gráficos estadísticos. Adicionalmente, para establecer la relación existente entre la planificación estratégica y la competitividad de la EPM-GIDSA, se empleará la correlación de Pearson, misma que permite medir hasta qué punto se relacionan las variables de un estudio.

4.5.3.2 Enfoque sistémico.

Al hablar de un enfoque sistémico, lo que se busca es abordar la fundamentación filosófica de una temática específica. Siendo más concretos, de un proyecto es importante analizar las características del sistema y los elementos que se relacionan “desde el punto de vista técnico y de la gestión, es parte del sistema de más alto nivel, por lo que también es un subsistema” (Kogan Schmukler, 2017). Así también el enfoque sistémico se orienta en responder una pregunta ¿Qué es lo más importante en cualquier proyecto? Para este estudio en particular, el más importante es identificar la incidencia de una adecuada planificación estratégica en la competitividad de la empresa EPM-GIDSA, mediante un análisis fundamentado en la revisión bibliográfica para aplicarla al campo de estudio donde se desarrollan las variables de la investigación.

4.5.3.3 Enfoque de Responsabilidad empresarial.

El presente trabajo conlleva una gran responsabilidad social, puesto que la EPM-GIDSA presta un servicio vital en la ciudad, y el desarrollo de este tipo de trabajos pretende contribuir a la mejora en la gestión de la empresa y así generar un bienestar en la comunicad, no solo con la satisfacción por entregar un servicio, sino que este se desarrolló dentro de los estándares generales de responsabilidad social, empresarial y ambiental. De acuerdo a lo señalado en la constitución de la república del Ecuador en su artículo 66, numeral 15, se garantiza para todas las personas “El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental” (Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador, 2011).

Al encargarse del tratamiento de los desechos sólidos de la ciudad, la EPM- GIDSA tiene no solamente la responsabilidad de cumplir con eficacia su tarea, sino la responsabilidad social que conlleva el manejo de desechos, puesto que el trato adecuado de estos residuos disminuye ciertos riesgos para la población, como son las enfermedades e infestaciones de plagas por mencionar algunos.

Según lo señalado en la ORDENANZA PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL PARA LA GESTIÓN INTEGRAL DE LOS DESECHOS

SÓLIDOS DEL CANTÓN AMBATO, emitida por la Secretaria de consejo del Gobierno Autónomo descentralizado de la Municipalidad de Ambato (2011), las responsabilidades de la empresa, contemplan fomentar la competitividad de la empresa, incluyendo la participación activa de la ciudadanía e implementar mecanismos de calidad para mejorar el servicio a la colectividad.

4.5.4 Tipo de estudio.

Considerando las variables en análisis: Planificación Estratégica y niveles de Competitividad de la EPM- GIDSA, y la ubicación geográfica y social del estudio, se ha optado por seguir los siguientes tipos de investigación:

4.5.4.1 Investigación descriptiva.

El tipo de investigación de este estudio es descriptivo ya que permite describir las características de la población o fenómeno que se está estudiando. Esta metodología se centra más en el “qué” del sujeto de investigación en lugar del “por qué”. En otras palabras, la investigación descriptiva se centra principalmente en describir la naturaleza de un segmento demográfico, sin centrarse en "por qué" se produce un determinado fenómeno. En otras palabras, "describe" el tema de la investigación, sin cubrir "por qué" sucede (Rojas, 2015).

De acuerdo con Bernal Torres, (2016), la investigación descriptiva selecciona las características de las variables en estudio. Esto da cabida, para hacer una pequeña relación entre las variables, sin que se llegue a ahondar en el tema.

Finalmente, desde la postura de Escudero Sánchez, Cortez Suárez (2018, pág. 22), “este tipo de investigación está enfocado a describir la realidad de determinados sucesos, objetos, individuos, grupos o comunidades a los cuales se espera estudiar”.

4.5.4.2 Investigación correlacional.

En este nivel de investigación se estudian con más detalle las relaciones entre las variables. Una correlación puede darse de forma positiva o negativa, es decir que no necesariamente con el incremento de una variable, la otra se comportará en aumento.

(Hernández, Fernández, y Baptista (2016). Debido a las características que se están midiendo, es factible la aplicación de una correlación de Pearson, misma que mide la correlación que existe entre las variables y los ítems en un estudio.

Se concluye finalmente que se abordará un nivel de investigación descriptiva-correlacional, con la intención de probar que tanto incide la Planificación Estratégica en los niveles de competitividad de la EPM-GIDSA para el desarrollo de la ciudad de Ambato. Cabe indicar que la correlación resultante puede ser positiva o negativa, así como también puede que únicamente ciertos ítems de las variables se relacionen unos con otros, y esto se reflejará en los resultados posteriores.

4.5.5 Diseño de investigación.

4.5.5.1 Investigación de campo.

Conforme lo expresado, la investigación de campo es aquella que se la realiza en el ambiente donde se encuentran las variables (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2016). Además, este estudio es más realista, pues permite la manipulación de las variables independientes, para poder observar su efecto, y de esta manera obtener resultados que le permitan cumplir con sus objetivos.

La investigación de campo también se la conoce como investigación in situ, debido a que se la lleva a cabo en el mismo terreno donde acontece o se encuentra el objeto de estudio. Esta situación ayuda a que el investigador pueda tener una mayor seguridad en el registro de datos, asimismo permite la aplicación de diseños exploratorios, descriptivos y experimentales, creando un entorno confiable para manipular de forma controlada las variables dependientes (Escudero Sánchez & Cortez Suárez, 2018, pág. 20).

En esta investigación el trabajo de campo se lo ha realizado desde el inicio para recabar información de la empresa, pero sobre todo se puede observar con mayor detalle en la aplicación de encuestas y entrevistas al personal con la finalidad de recopilar información de la fuente primaria para analizar su perspectiva de la problemática planteada.

4.5.5.2 Investigación bibliográfica documental

Bernal Torres, (2016) indica que una investigación documental “se centra en la revisión bibliográfica del material sobre el tema para compilar la respectiva información, analizarla, clasificarla y plantear una discusión sobre la misma, en función de los objetivos propuestos en el anteproyecto de la investigación”. La información documental, abarca la recopilación de fuentes bibliográficas, sobre las variables en estudio, así como también el conocer la empresa de una forma contextual a través de fuentes escritas. Se ha recurrido a la revisión de libros, artículos, científicos, videos, revistas y sitios web para obtener fundamentos teóricos, que han sido la base elemental para el desarrollo de este proyecto.

Por lo tanto, se puede manifestar que el desarrollo de este trabajo investigativo se enmarca en un estudio bibliográfico documental, aplicado a un trabajo de campo no experimental (puesto que no se van a realizar pruebas de laboratorio con toma de muestra), buscando la correlación, entre las variables planteadas.

4.5.6 Población y muestra.

4.5.6.1 Población

La población está determinada por los agentes que intervienen directamente en la problemática de estudio, y se encuentran en el lugar mismo donde se desenvuelven las variables. En otras palabras, esta investigación se desarrollará únicamente con las personas asociadas al problema. Una población de investigación también se conoce como una colección bien definida de individuos u objetos con características similares. Todos los individuos u objetos dentro de una determinada población generalmente tienen una característica o rasgo común y vinculante (López & Fachelli, 2015). Para el presente trabajo, la población la constituyen todos los funcionarios administrativos y trabajadores operativos de la EPM-GIDSA.

Según datos publicados por el diario local el *Heraldo*, la Empresa Pública para la Gestión Integral de Desechos Sólidos de Ambato, cuenta con el trabajo de 230 colaboradores mismos que se han mantenido desde su creación, hasta la fecha de corte del presente estudio. Estas personas se distribuyen en 200 empleados encargados del área

operativa y 30 personas encargadas de la parte administrativa (Lara, 2019). En la Tabla 8 se presenta de una manera más adecuada la composición del personal de la EPM-GIDSA:

Tabla 7. Población del estudio

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Funcionarios Administrativos EPM-GIDSA	30
Trabajadores Operativos EPM-GIDSA	200
TOTAL	230

Fuente: Lara, (2019)

Elaborado por: Barahona, 2019

Con estos datos, puede afirmarse que la población a estudiar, está delimitada por los trabajadores de la EPM- GIDSA, tanto los administrativos, como los operativos, pues son ellos los que conocen de primera mano el funcionamiento interno de la empresa y la gestión que se realiza para brindar sus servicios a la ciudadanía Ambateña.

4.5.6.2 Muestra

Con la aplicación de un proceso de extracción de muestra, la investigación se tornará más rápida y la información resultante puede ser confiable. La muestra suele calcularse con una formula estadística, misma que se muestra a continuación.

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{Z^2 \times p \times q + N \times e^2}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confiabilidad = 95% = 1,96

p = Probabilidad de ocurrencia = 0,5

q = Probabilidad de no ocurrencia = 0,5

N = Población

e = Error de muestreo = 0,05

Si se reemplaza la fórmula con el total de los trabajadores, se obtiene:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 230}{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 + 230 \times 0,05^2}$$

$$n = \frac{220,892}{1,535}$$

$$n = 143,866 \cong 144$$

Una vez determinada esta muestra general, es necesario distribuirla entre todos los colaboradores, en base a su representatividad. La tabla 9 que se presenta a continuación, ilustra la determinación de la muestra de acuerdo a cada participante y su representatividad:

Tabla 8. Muestra del estudio

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	%	MUESTRA
Trabajadores Administrativos GIDSA	30	13%	19
Trabajadores Operativos EPM- GIDSA	200	87%	125
TOTAL	230	100%	144

Fuente: Análisis

Elaborado por: Barahona, 2019

Se concluye que, para el proceso de recolección de información primaria, se contará con los criterios de los 19 colaboradores administrativos y 125 trabajadores operativos de la EPM- GIDSA, los cuales serán determinados por la aplicación de un muestreo no probabilístico intencional, en el que prevalece el criterio del investigador, dependiendo de la disponibilidad del personal al momento de levantar la información de campo.

4.5.7 Técnicas e instrumento de recolección de datos.

La técnica de recolección de datos que se utilizó, fue la encuesta, que trabaja conjuntamente con el cuestionario, esto con la finalidad de determinar la relación entre la planificación estratégica y la competitividad en la Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de Residuos Sólidos. Cabe recalcar que la encuesta es una técnica muy recurrente en las investigaciones, puesto que facilita la recopilación de información de las fuentes primarias sobre temáticas diversas, además, tienen una variedad de propósitos y se pueden llevar a cabo de muchas maneras, dependiendo de la metodología elegida y los objetivos que se deseen alcanzar (López & Fachelli, 2015).

La encuesta utilizada para la recopilación de información en el presente trabajo se la desarrolló en base a un instrumento debidamente validado, con preguntas formuladas en escala de Likert, enfocadas a determinar, desde el punto de vista de los colaboradores de la EPM- GIDSA, si la planeación estratégica que maneja la empresa, tiene relación con los niveles de competitividad de la misma. El cuestionario de la encuesta es de fácil comprensión, y posee ítems de conocimientos generales para que todos los colaboradores de EPM- GIDSA puedan ser partícipes de aportar con su perspectiva muy personal de la situación en estudio, desarrollada de manera interna, sobre la gestión administrativa y lo que se está haciendo para lograr cambios que ayuden al crecimiento y a la competitividad de la organización.

4.5.8 Método de análisis de datos.

Para analizar los datos se usaron las siguientes herramientas y programas estadísticos:

- SPSS v22 (Statistical Package for the Social Sciences).
- Tablas estadísticas
- Diagramas de pastel
- Microsoft Excel

Todo trabajo investigativo de carácter cuantitativo busca plasmar la realidad a través de números. Es por esta razón que luego de recopilar la información a través de las encuestas y directamente de las fuentes primarias, se tabulan los resultados en hojas de cálculo, para poder analizarlos de una manera óptima.

En este caso en particular se recurrió a utilizar un programa simple, y a la vez muy práctico. Microsoft Excel posee herramientas muy útiles para resumir y presentar datos estadísticos. Luego la base de datos fue exportada al software SPSS en el que se establecieron las correlaciones de los ítems de las variables, a través del coeficiente de correlación de Pearson, mismo que aparte de ser muy claro en la determinación exacta de las relaciones, permite verificar la hipótesis de estudio.

5. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Dentro del análisis institucional interno se ha podido identificar las fortalezas y debilidades de la organización y con estos resultados obtenidos formular las estrategias apropiadas que exploten las fortalezas y maximicen las oportunidades externas, así como se corrijan las debilidades críticas. En este análisis se observa que la empresa requiere lograr superior eficiencia, calidad, innovación y capacidad de respuesta.

En este análisis se puntualiza las actividades que pueden realizarse para mejorar la gestión integral de residuos sólidos que existe actualmente, tomando en cuenta las características sociales, económicas, legales, físicas y ambientales de la ciudad y las condiciones administrativas y políticas de la EPM-GIDSA, de manera que sea posible su implementación y desarrollo obteniendo los resultados esperados. Una de las herramientas que se utilizan actualmente para establecer las mejores estrategias de trabajo, es el análisis FODA, mediante la cual se establecen las estrategias, se estudian y analizan las posibles acciones que debe seguir la empresa para poder mejorar la Gestión de Residuos Sólidos.

Tabla 9. Análisis FODA de la Empresa pública Municipal EPM-GIDSA

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reducir los desechos sólidos a nivel de la fuente y origen, mediante la clasificación, aumentando la vida útil del relleno sanitario. 2. Mayor cultura tanto a nivel empresarial como de la población para segregar y disponer adecuadamente los residuos. 3. Promover el reciclaje en la fuente. 4. Actualizar los costos de los diferentes servicios de acuerdo con los índices de inflación. 5. Industrialización de la basura en general. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El manejo inadecuado de los desechos sólidos atenta contra la salud pública, se favorece la aparición de enfermedades infectocontagiosas. 2. Contaminación de los recursos naturales: agua, suelo, aire. 3. Modelo actual de sociedad de consumo. 4. Reutilización limitada de ciertos residuos. 5. Costo de la gestión de los residuos muy baja, no se recupera la inversión.

FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
<ol style="list-style-type: none"> 1. La EPM-GIDSA ha implementado un sistema de recogida selectiva puerta a puerta, en algunos barrios de la ciudad 2. Campañas de concientización a la población 3. Cuenta con ingresos económicos provenientes de tasas retributivas por la prestación de los diferentes servicios. 4. La Empresa cuenta con una flota de transporte para la recolección de los distintos tipos de residuos. 5. La EPM-GIDSA cuenta con el espacio físico necesario para la disposición final de desechos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. F1.O1 Llevar a cabo un adecuado manejo de residuos e inculcar la concientización ciudadana sobre la recolección, reciclaje, reutilización y manejo de desechos sólidos. 2. F2.F4.O2.O4 Realizar campañas de concientización hacia la ciudadanía con el fin de optimizar el proceso de recolección y reciclaje, así como sobre los costos del servicio. 3. F3.F5.O3.O5 Aprovechar los ingresos económicos para mejorar el servicio y crear cultura de reciclaje y promover la industrialización de los desechos. 	<p>1. F1.F2.F4.F5.A1.A4.A5</p> <p>Crear un proyecto de concientización ciudadana sobre el manejo adecuado de desechos desde la fuente y reutilización y dar a conocer el daño ambiental causado al agua, suelo, aire y salud, cuando no se realiza una adecuada disposición final.</p> <p>2. F2.F3.F4.F5.A2.A3.</p> <p>Aprovechar los ingresos económicos con los que cuenta la empresa para potenciar la flota de transporte de recolección, que permita un adecuado manejo de residuos, incentivar el cuidado del medio ambiente para de esa manera salvaguardar nuestros recursos naturales.</p>

DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Escasa concienciación ciudadana en cuanto a la clasificación de residuos 2. Tasa de generación de residuos sólidos muy baja. 3. Ausencia de planificación y organización. 4. Sector de la construcción y obra pública poco concientizado. 5. Alto costo del equipamiento y manejo de los residuos sólidos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. D1. D2.D3.O1.O3.O4 La EPM-GIDSA cuenta con las herramientas, la capacidad y la financiación para poner en práctica el desarrollo sostenible del cantón respecto al manejo de los desechos sólidos, así como también como una mejor en la adaptación de pago y control de morosidad. 2. D4.D5.O2.O5 Las autoridades pertinentes de los consejos municipales, recibirán una capacitación sobre el proceso integral de los desechos sólidos para facilitar la creación de reglamentos y ordenanzas que ayuden a una mejor calidad de vida. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aumentar la difusión de las actividades de la EPM GIDSA para que todos os habitantes de la provincia tengan conocimiento tengan conocimiento del proceso y tratamiento de los desechos sólidos y de qué manera pueden colaborar para mejorar la gestión.

Fuente: EPM-GIDSA

Elaborado por: Barahona, 2019

5.1 Resultados procesados.

La Empresa pública Municipal EPM-GIDSA tiene el compromiso de trabajar al servicio de la colectividad Ambateña, cumpliendo los estándares de salubridad y seguridad laboral, comprometida constantemente con mejorar sus estrategias para proveer de un servicio de calidad a la ciudad. Dentro de sus estrategias se establece el compromiso con los trabajadores internos y con el servicio que prestan a la ciudadanía, siguiendo sus lineamientos y generando estrategias que le permiten ser competitivos. Los datos presentados a continuación fueron procesados en Microsoft Excel, programa que permite realizar varias operaciones, gráficas y tablas en sus hojas de cálculo, mismos que se encuentran detallados a continuación.

Pregunta 1. ¿Considera Ud. que existe la capacidad para llevar a cabo el plan estratégico de la empresa?

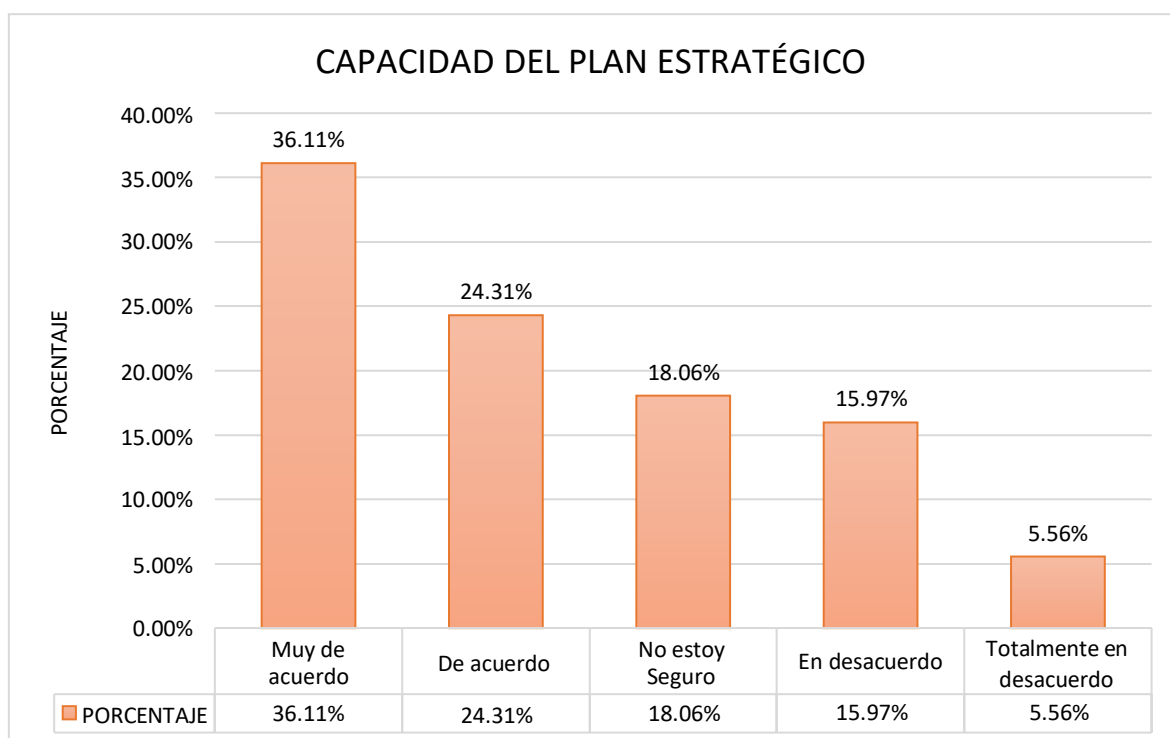


Gráfico 1. Capacidad del plan estratégico
Elaborado por: Barahona, 2019

Análisis

El 36,11% del personal encuestado de la EPM-GIDSA manifiesta que está muy de acuerdo en que la empresa tiene la capacidad de llevar a cabo un plan estratégico, seguido del 24,31% del personal que se encuentra de acuerdo con esta afirmación, un 18,06% que no están seguros de que la empresa pueda llevar a cabo un plan estratégico, el 15,97% informa que están en desacuerdo con que la empresa pueda desarrollar un plan estratégico y finalmente un minoritario 5,56% de la muestra afirma que la empresa no está en la capacidad de crear un plan estratégico.

Interpretación

Esto muestra que una parte mayoritaria del área administrativa dice que la EPM-GIDSA puede llevar a cabo un plan administrativo de forma exitosa.

Pregunta 2. ¿Existe en la EPM-GIDSA la capacidad para crear planes a corto y largo plazo?

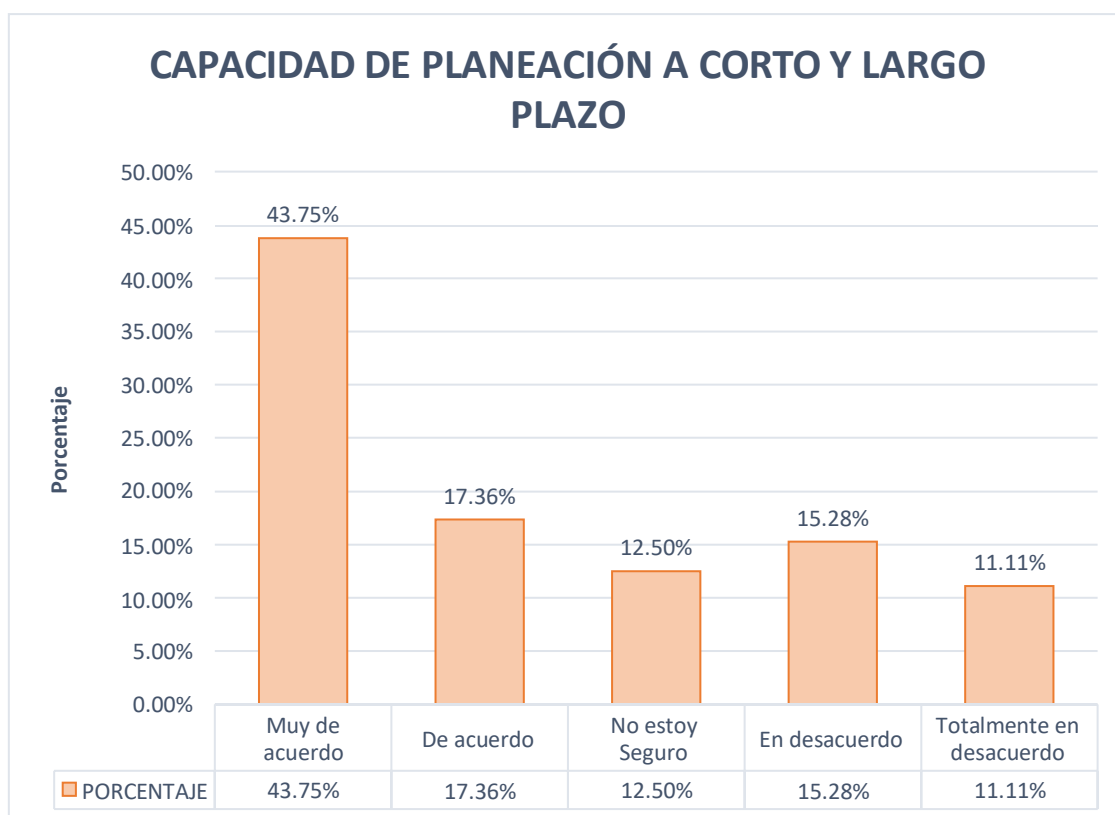


Gráfico 2. Capacidad de planeación a corto y largo plazo
Elaborado por: Barahona, 2019

Análisis

Un total del 43,75% del personal de la EPM-GIDSA menciona que está muy de acuerdo en que la empresa tiene la capacidad para crear planes en el corto y en el largo plazo, el 17,36% menciona que está de acuerdo con que la empresa este en la capacidad de hacer estos planes; en tanto que el 12,5% de los encuestados no está seguro con dar una respuesta en concreto; en tanto que el 15,28% del personal está en desacuerdo con la afinación de EPM-GIDSA pueda crear planes a corto y largo plazo y un minoritario 11,11% está en total desacuerdo con las capacidades de la planeación a corto y largo plazo de EPM-GIDSA.

Interpretación

Como puede notarse, prevalece un optimismo, fundamentado en las capacidades del personal administrativo en que si se pueden generar planes a corto y largo plazo que ayuden a la consecución de los objetivos empresariales.

Pregunta 3. ¿Considera Ud. ¿Que se han establecidos objetivos estratégicos?



Gráfico 3. Objetivos estratégicos
Elaborado por: Barahona, 2019

Análisis

El 52,08% del personal encuestado menciona que está muy de acuerdo en afirmar que la EPM-GIDSA ha establecido objetivos estratégicos, contra el 30,56% del personal quien manifiesta estar de acuerdo en que la empresa ha definido sus principales objetivos estratégicos, y finalmente el 17,36% del personal administrativo so está seguro si se han definido o no los objetivos estratégicos.

Interpretación

Al respecto se concluye en que en la EPM-GIDSA predomina un elevado porcentaje del personal que considera que la empresa tiene bien definidos sus objetivos estratégicos para poder desempeñar sus funciones y trabajar para conseguir dichos objetivos.

Pregunta 4. ¿Existe en la Institución la capacidad para detectar oportunidades y amenazas para el logro de los objetivos de la empresa?

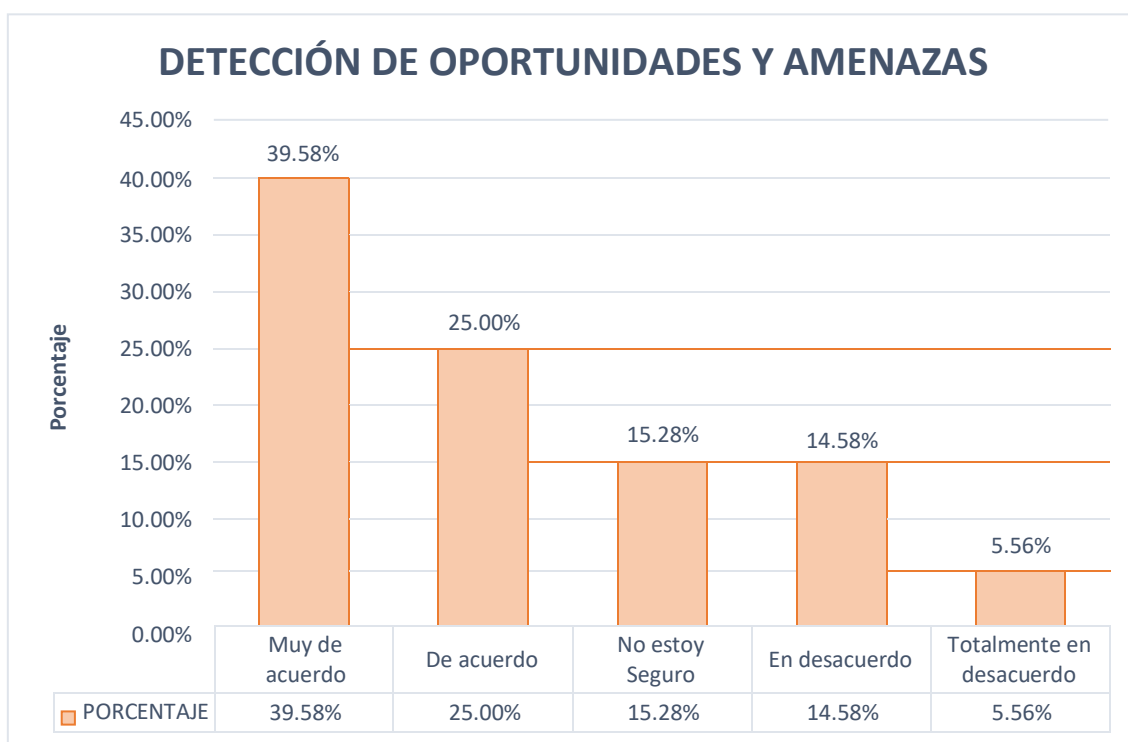


Gráfico 4. Detección de oportunidades y amenazas
Elaborado por: Barahona, 2019

Análisis

El 39,58% de los encuestados menciona que está muy de acuerdo en afirmar que la EPM-GIDSA tiene la capacidad de detectar las oportunidades y amenazas para alcanzar sus objetivos al largo plazo, seguido de un 25/% que menciona estar de acuerdo con esta afirmación; 15,28% de los participantes de la encuesta no están seguros de que la institución este en la capacidad de detección de factores de amenaza oportunidad para conseguir sus objetivos, en tanto que un 14,58% de la muestra encuestada está en desacuerdo con esta capacidad de la empresa y finalmente el 5,56% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con la afirmación de que la empresa puede detectar factores de oportunidades y amenaza.

Interpretación

Como puede observarse existe un criterio un poco igualitario de las personas que manifiestan que la empresa EPM-GIDSA pueda detectar las oportunidades y amenazas que influyan directamente en el logro de sus objetivos.

Pregunta 5. ¿Cree Ud. que se deben determinar puntos clave para llevar a cabo los objetivos estratégicos?

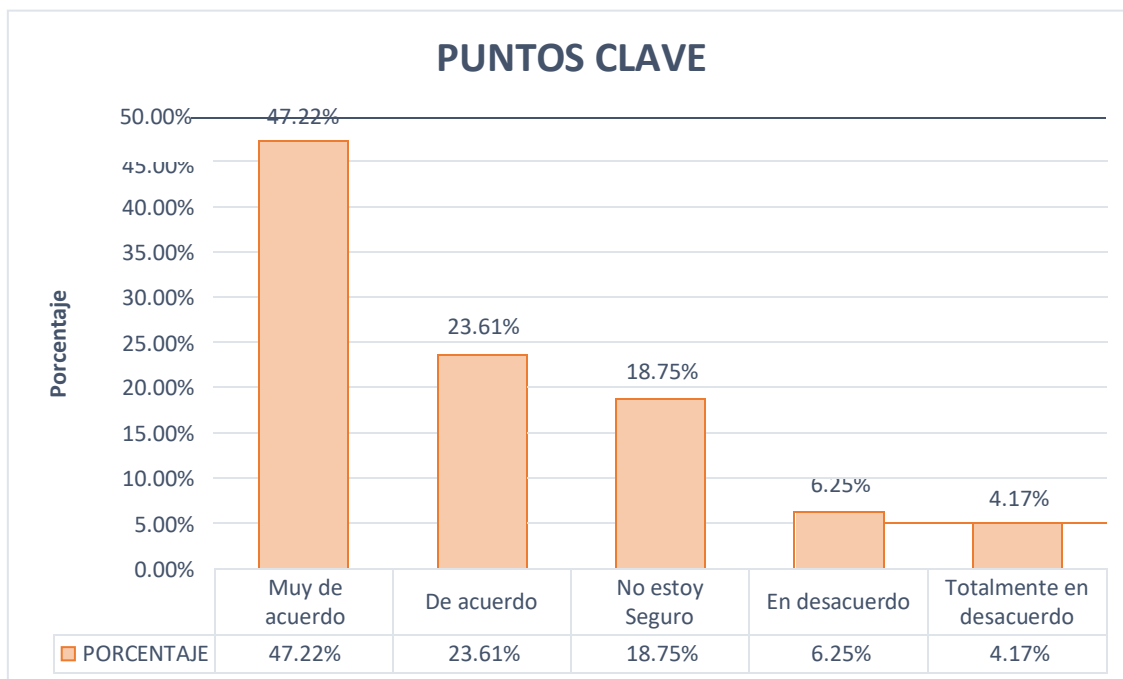


Gráfico 5 Puntos clave

Elaborado por: Barahona, 2019

Análisis

Un mayoritario porcentaje representado por el 47,22% de los trabajadores menciona que está muy de acuerdo en que deben implementarse puntos clave para la consecución de los objetivos estratégicos dentro de la EPM-GIDSA, un 23,61% dice estar de acuerdo en que deben desarrollarse estos puntos clave, mientras que en 18,75% no está seguro sobre si estos puntos ayudarían a la gestión de los objetivos; el 6,25% de los encuestados menciona estar en desacuerdo con la implementación de puntos clave y el restante 4,17% afirma que ella totalmente desacuerdo en que deban generarse puntos clave para la consecución de los objetivos estratégicos.

Interpretación

Se puede observar que un porcentaje mayoritario cree conveniente la determinación de puntos clave, con el fin de dar cumplimiento a los objetivos estratégicos que persigue la EPM-GIDSA.

Pregunta 6. ¿Considera Ud. ¿Que existe la capacidad para identificar los objetivos más importantes que ayudarán a llevar a cabo la estrategia?

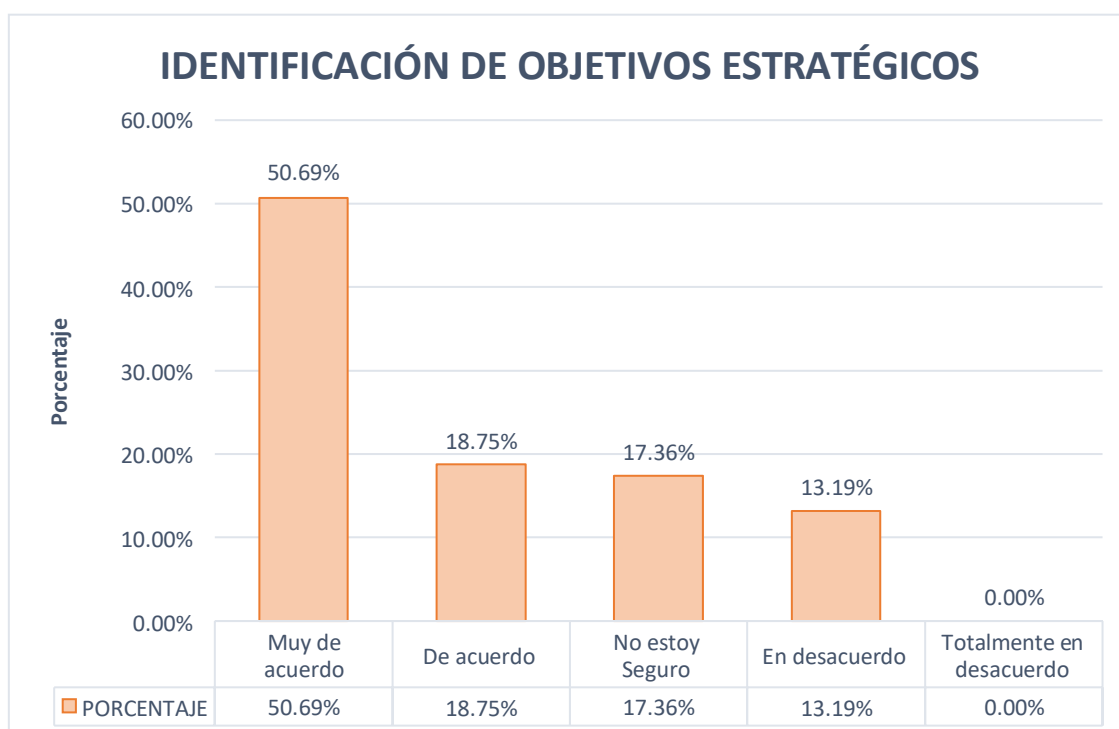


Gráfico 6 Identificación de objetivos estratégicos

Elaborado por: Barahona, 2019

Análisis

Un mayoritario porcentaje que sumado cuenta el 69,44% del personal menciona estar muy de acuerdo y de acuerdo en que la empresa EPM-GIDSA tiene la capacidad de identificar los objetivos más importantes para desarrollar la estrategia; mientras que el 17,36% menciona no estar del todo seguro, así como un porcentaje equivalente al 13,19% dice estar en desacuerdo en la capacidad de la EPM-GIDSA para identificar objetivos clave para el desarrollo de la estrategia general.

Interpretación

Esto implica claramente que la mayor parte de los colaboradores de la EPM-GIDSA tienen una perspectiva positiva sobre las capacidades del talento humano que allí labora para la detección de objetivos útiles que ayuden a alcanzar la estrategia empresarial.

Pregunta 7. ¿Cree Ud. ¿Que La EPM-GIDSA debe realizar tareas de análisis de información y crear una gestión estratégica?

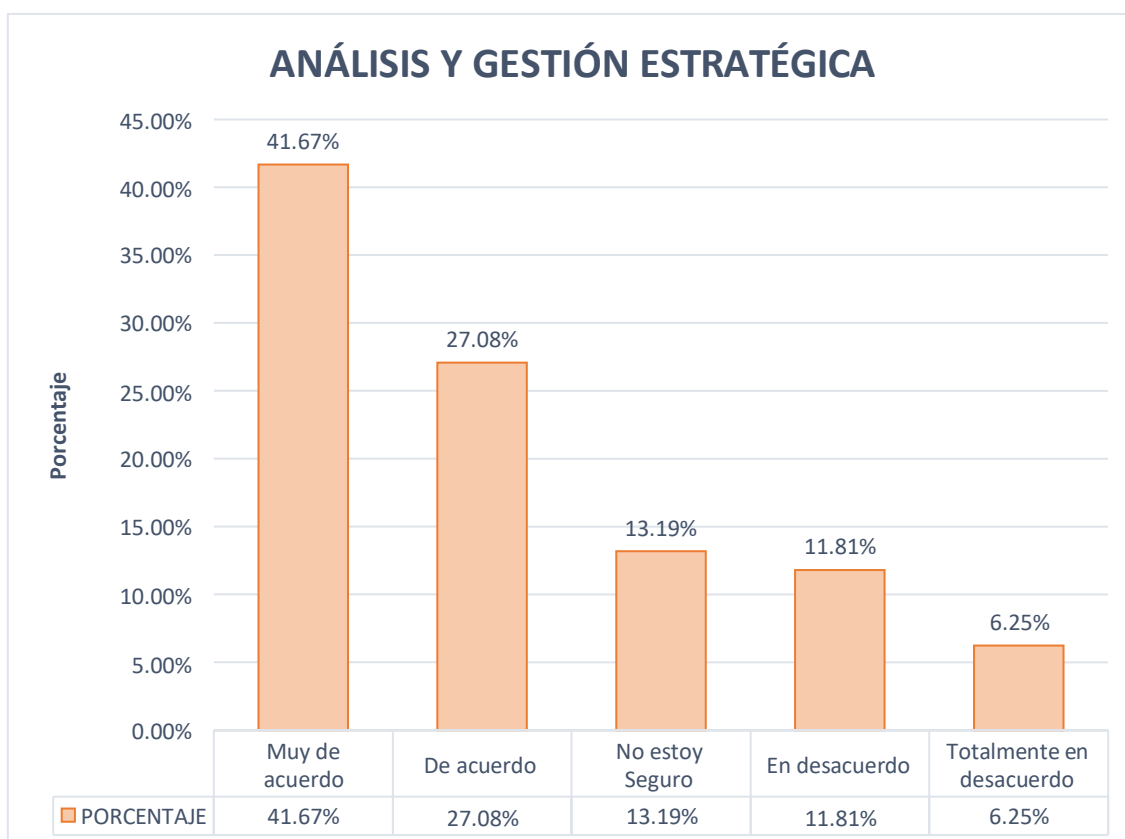


Gráfico 7 Identificación. Análisis y gestión estratégica

Elaborado por: Barahona, 2019

Análisis

Un elevado porcentaje de los colaboradores encuestados, representando el 41,67% de la población afirma que está muy de acuerdo en que la empresa debe realizar tareas de análisis que permita crear una gestión estratégica adecuada, mientras que los que están de acuerdo con esta afirmación representan el 27,48%% del personal, siguiendo con en 13,19% que no está seguro de que se deban analizar el análisis de la gestión, y finalmente el 11,81% y el 6,25% de las personas señala estar en desacuerdo y totalmente desacuerdo con realizar el análisis de la información para crear una estrategia de gestión en EPM-GIDSA

Interpretación

Se observa prácticamente unanimidad en afirmar que es necesario la creación y el análisis de las tareas para enfocarse en la gestión estratégica de la EPM-GIDSA.

Pregunta 8. ¿Existe la capacidad para analizar factores internos y externos con respecto a la formulación y planificación de la estrategia corporativa de la empresa?

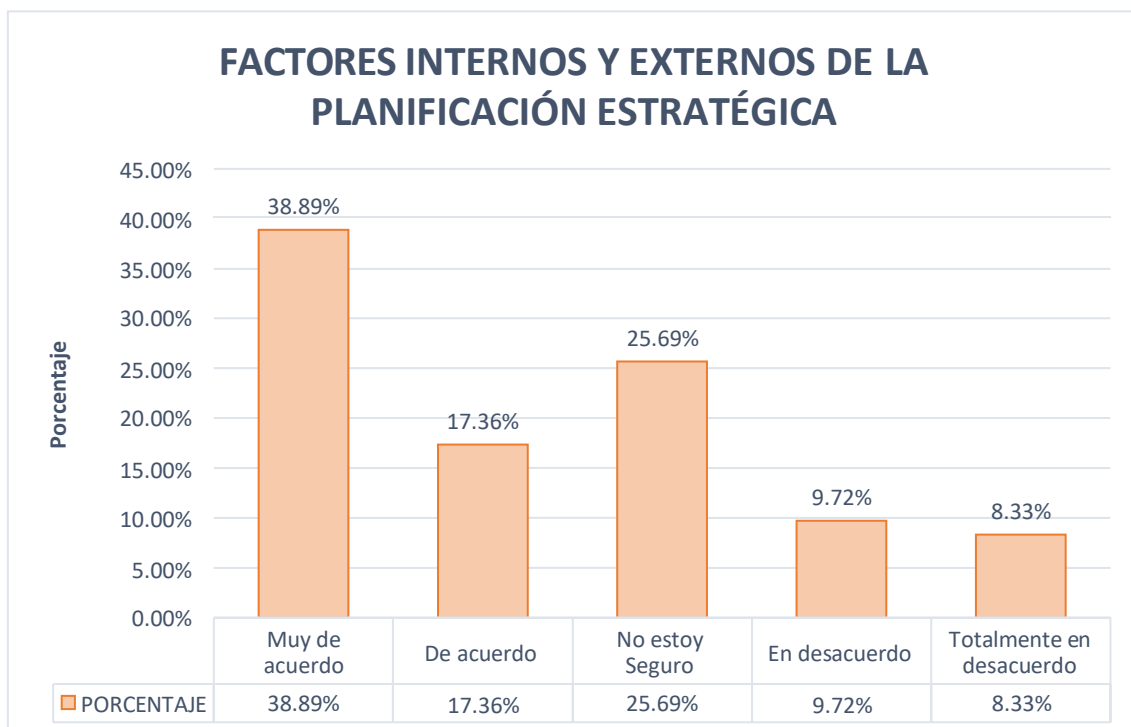


Gráfico 8. Factores internos y externos de la planificación estratégica

Elaborado por: Barahona, 2019

Análisis

Un igualitario porcentaje del 38,89% afirma estar muy de acuerdo y de acuerdo en que la empresa EPM-GIDSA está en la capacidad de analizar factores internos y externos que influyen en la planificación estratégica, mientras que el 25,69% no está del todo seguro sobre estas capacidades en la empresa; el 17,36% que le sigue está de acuerdo con que la empresa tiene esta capacidad, frente al 9,27% y al 8,33% de los encuestados quienes están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con la afirmación de que existan las capacidades para el análisis de factores tanto internos como externos que ayuden al desarrollo de la estrategia corporativa.

Interpretación

Esto indica que prácticamente la mitad de los trabajadores administrativos de la EPM-GIDSA creen que la empresa si posee los elementos necesarios que le permitan realizar un examen de diagnóstico de factores internos y externos para desarrollar la planeación estratégica corporativa de la institución.

Pregunta 9. ¿Considera Ud. ¿Que existe en la Empresa la capacidad para la gestión y control del desafío de competitividad?

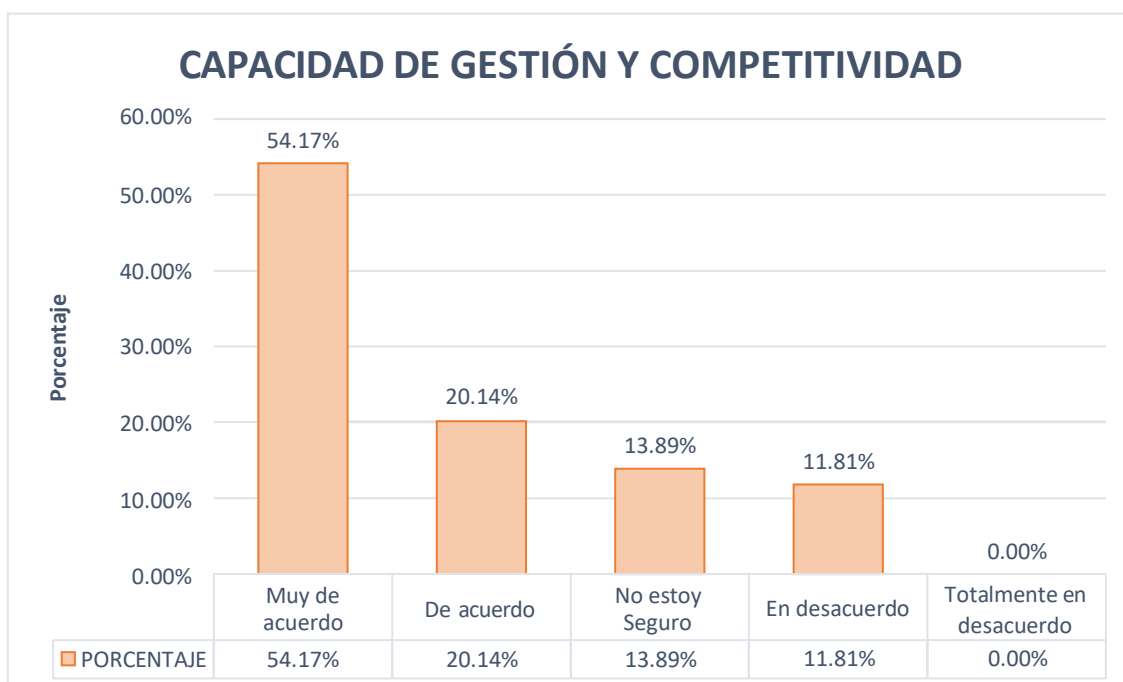


Gráfico 9 Capacidad de gestión y competitividad

Elaborado por: Barahona, 2019

Análisis

El 54,17% del personal encuestado indica que está muy de acuerdo con que en la empresa existe la capacidad de gestión y el control del desafío de la competitividad, mientras que un mayoritario 20,14% menciona estar de acuerdo con esta afirmación, el 13,89% del área administrativa no está del todo seguro sobre la existencia de las capacidades de la empresa para la gestión control y desafío de la competitividad, y el 11,81% restante está en desacuerdo con que en la empresa EPM-GIDSA exista la capacidad para la gestión y control del desafío de competitividad.

Interpretación

Puede observarse que la gran parte del personal se muestra positivo al afirmar que la empresa EPM-GIDSA tiene capacidades de gestión para mejorar su competitividad.

Pregunta 10. ¿Considera Ud. ¿Que se ha dado uso de estrategias para abordar la competitividad de la empresa?



Gráfico 10. Uso de estrategias en la competitividad

Elaborado por: Barahona, 2019

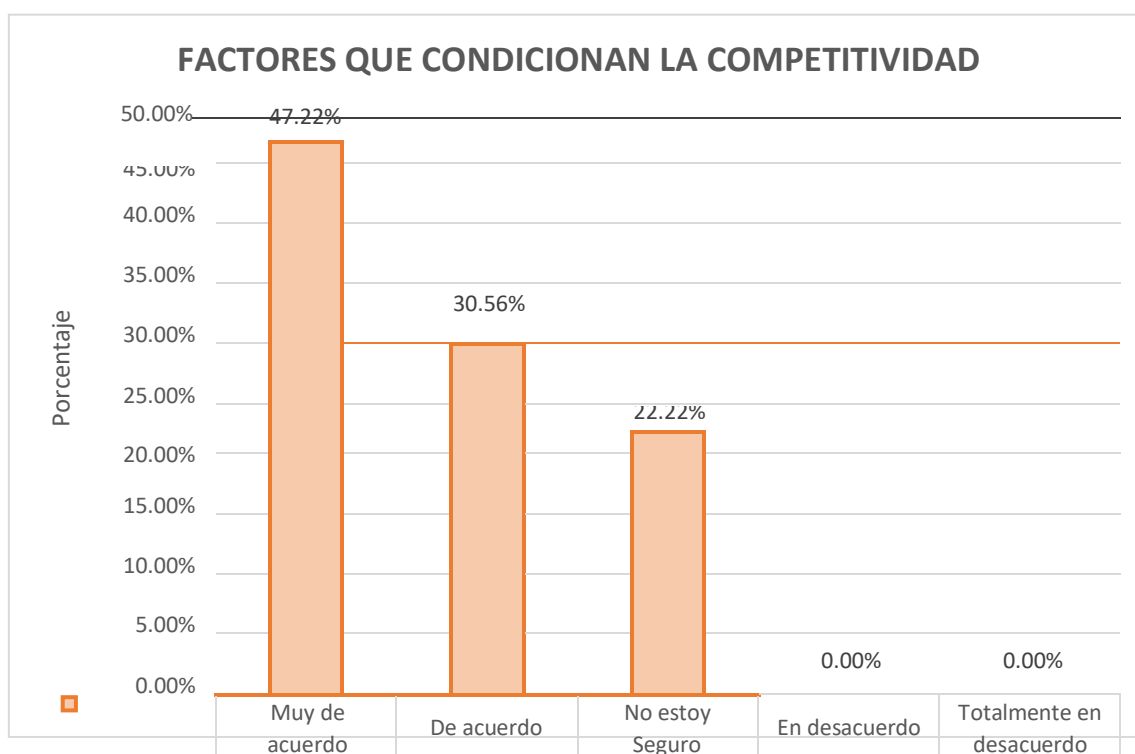
Análisis

Del personal administrativo encuestado el mayoritario 47,92% está muy de acuerdo con que la empresa ha dado uso de las estrategias para abordar la competitividad; el 37,5% que le sigue está de acuerdo con esta afirmación, mientras que el 9,03% considera no estar seguro sobre si se aplica la planeación estrategia en cuanto a la competitividad de la empresa y finalmente la minoría representada por el 5,56% está en desacuerdo con que la empresa haya utilizado la planificación estratégica para abordar la competitividad de la empresa.

Interpretación

Esto indica claramente que los trabajadores de la EPM-GIDSA concuerdan al manifestar que la institución si ha empleado sus estrategias para ser más competitivos en su actividad, trabajando por conseguir sus objetivos y brindar un buen servicio a la colectividad.

Pregunta 11. ¿Cree Ud. ¿Que se ha realizado la identificación de los factores que condicionan la competitividad de la Empresa?



Elaborado por: Barahona, 2019

PORCENTAJE	47.22%	30.56%	22.22%	0.00%	0.00%
------------	--------	--------	--------	-------	-------

Gráfico 11. Factores que condicionan la competitividad

Análisis

Un mayoritario 47,22% del personal consultado dice estar muy de acuerdo en que si se ha realizado la identificación de factores que condicionan la competitividad de la EPM-GIDSA; el 30,56% está de acuerdo con esta afirmación, y finalmente el 22,22% del personal no está seguro de que se hayan identificado dichos factores.

Interpretación

Puede concluirse de manera muy sencilla y determinante, que la mayor parte del personal administrativo de la EPM-GIDSA considera que la empresa si ha logrado identificar los factores que definen su competitividad en el mercado.

Pregunta 12. ¿Existe la capacidad para identificar variables y la construcción de modelos que ayudan a abordar la competitividad de la empresa?

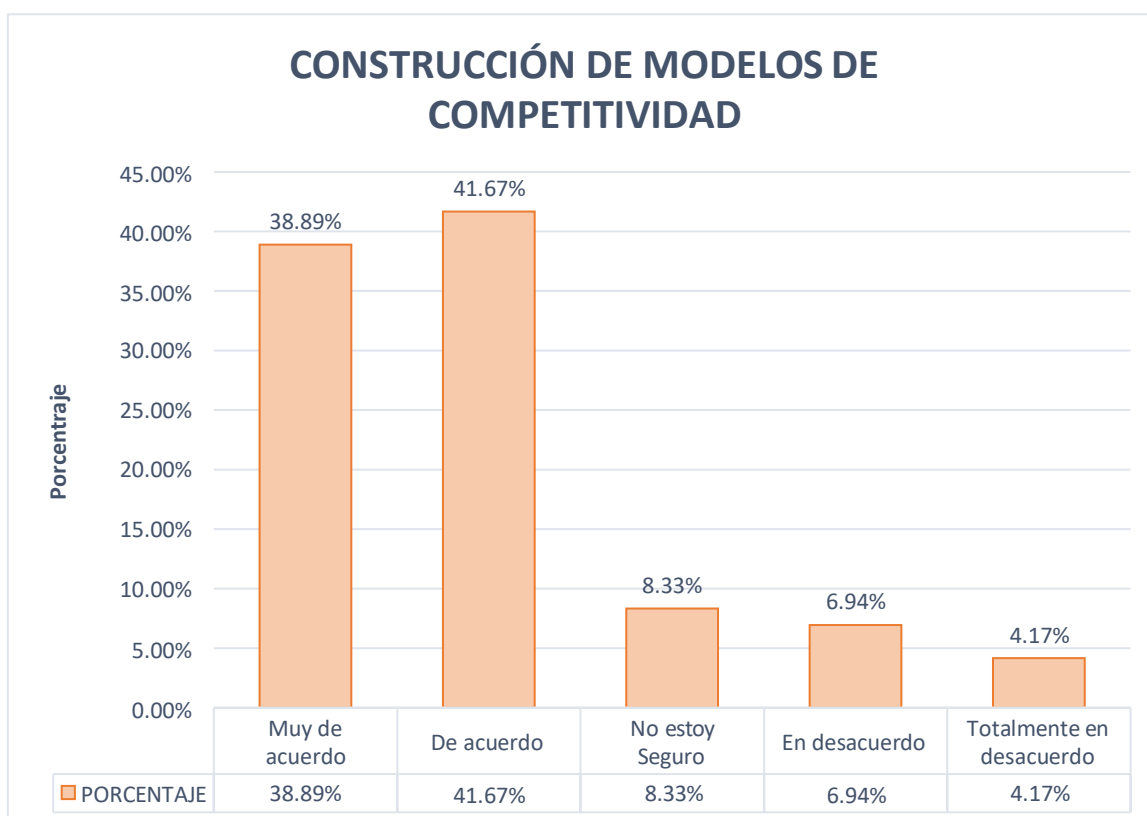


Gráfico 12. Construcción de modelos de competitividad
Elaborado por: Barahona, 2019

Análisis

El 38,89% de las personas que trabajan en la EPM-GIDSA mencionan que están muy de acuerdo en que dentro de la empresa existen las capacidades para construir modelos que ayuden a la competitividad de la empresa, el 41,67% está de acuerdo con esta afirmación; el 8,33% del personal no está seguro sobre omitir una opinión verterá sobre este asunto, comparado con el 6,94% que está en desacuerdo con que en la EPM-GIDSA existan las capacidades de a desarrollar un modelo competitivo en la empresa, frente al 4,17% restante que está en total desacuerdo con la pregunta planteada.

Interpretación

Esto indica claramente que el personal tiene una perspectiva positiva sobre la existencia de las capacidades de la EPM-GIDSA para la identificación de variables y la construcción de modelos que ayuden a abordar la competitividad empresarial.

Pregunta 13. ¿Considera Ud. ¿Que se ha llevado a cabo la construcción de un sistema de seguimiento que ayuda a lograr efectivamente la competitividad de la empresa?

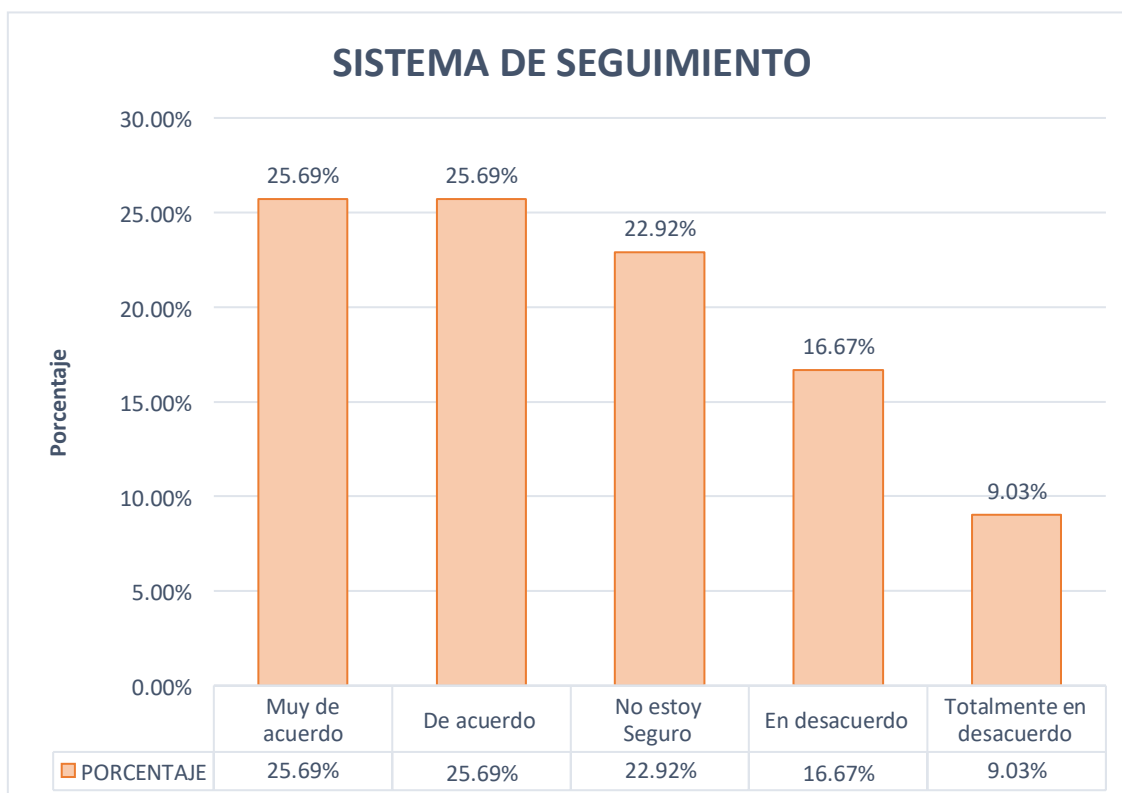


Gráfico 13. Sistema de seguimiento
Elaborado por: Barahona, 2019

Análisis

El 51,39% del personal consultado menciona está muy de acuerdo y de acuerdo con que la empresa ha llevado a cabo la construcción de un sistema de seguimiento que ayude a lograr el desarrollo efectivo de la competitividad empresarial; en contraste solo un 22,92% de los participantes mencionaron que no están del todo seguros sobre este aspecto; el 16,67% está en desacuerdo con que la empresa haya construido sistemas de seguimiento de la competitividad y finalmente el 9,03% restante dice estar muy en desacuerdo con que la EPM-GIDSA haya llevado a cabo la construcción de un seguimiento efectivo para lograr alcanzar buenos niveles de competitividad.

Interpretación

En este apartado la perspectiva general resulta ser muy optimista, pues el área administrativa indica que se preocupa por desarrollar sistemas de seguimiento que ayuden a la empresa a ser más competitiva.

Pregunta 14. ¿Existe la capacidad para adquirir ventajas competitivas a través de una cadena de valor dentro de la organización?

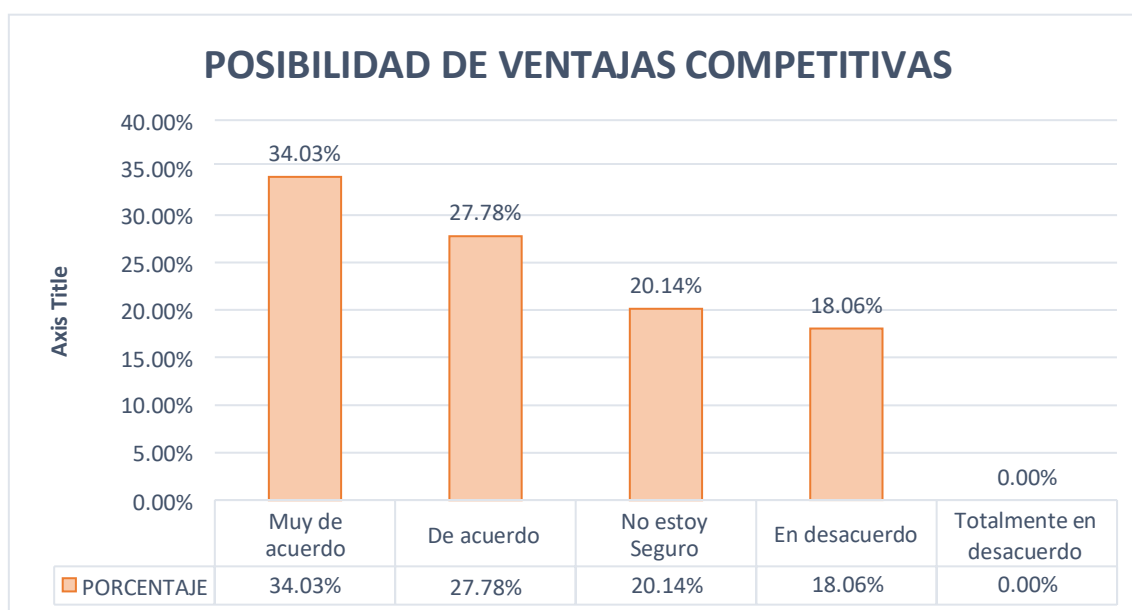


Gráfico 14. Posibilidad de ventajas Competitivas
Elaborado por: Barahona, 2019

Análisis

Un 34,03% del personal de oficina encuestado afirma estar muy de acuerdo con que en la EPM-GIDSA existe la capacidad para adquirir ventajas competitivas a través de una cadena de valor dentro interna; en contraste el 27,78% señaló estar de acuerdo con esta afirmación, mientras que un porcentaje que representando el 20,14% no está del todo seguro sobre qué contestar en este sentido y finalmente el 18,06% del personal administrativo está en desacuerdo con que existan capacidades de generar ventajas competitivas mejorando la cadena de valor interna de la empresa.

Interpretación

En este ámbito se puede observar que, aunque existe positivismo de parte de la administración de la EPM-GIDSA para generar ventajas competitivas mejorando la cadena de valor, existe una contraparte que no cree que esto pueda ser posible.

Pregunta 15. ¿Considera Ud. que es importante que la Institución tenga la capacidad para percibir o descubrir mejores formas de competir en un sector y transferirlos al mercado, es decir, innovando?

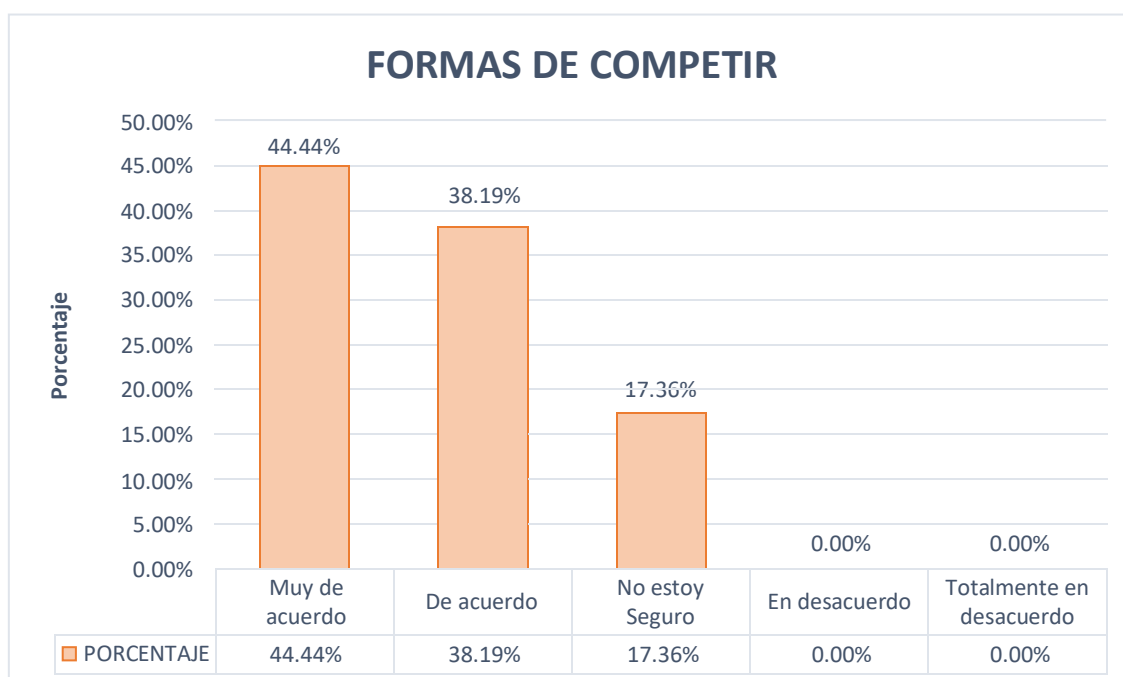


Gráfico 15. Posibilidad de ventajas Competitivas
Elaborado por: Barahona, 2019

Análisis

Puede verse que el 44,44% del personal manifiesta estar muy de acuerdo y de acuerdo en que es importante que la institución tenga la capacidad para descubrir mejores formas de competir en el sector; mientras que el restante 17,36% menciona que no está muy seguro de emitir una contestación clara para esta afirmación.

Interpretación

Es así que puede concluirse que todo el personal administrativo considera necesario que se desarrollen mejores formas para ser más competitivos y destacarse en el mercado.

5.2 Resultados procesados con SPSS

EL software SPSS es un programa estadístico utilizado por investigadores para el análisis de sus datos, preferido por la facilidad con la que se maneja y la rapidez que proporciona, y los distintos análisis que pueden realizarse. Para la investigación se realizó la correlación de Pearson, misma que establece el nivel de relación, asociación o correspondencia lineal entre dos variables.

En el siguiente apartado se muestran los principales resultados arrojados por el software estadístico, tomando en consideración que existe un fuerte nivel de significancia entre las variables cuando el coeficiente de correlación es mayor que cero. Además de considerar que existe correlación cuando el nivel de significancia es menor a 0,05, haciéndose está más fuerte cuando los valores se acerquen a cero.

Tabla 10. Correlación General de Pearson

		Correlaciones	
		PLANIF	COMPET
PLANIF	Correlación de Pearson	1	,992**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	144	144
COMPET	Correlación de Pearson	,992**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	144	144

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: SPSS

Elaborado por: Barahona, 2019

De acuerdo a los resultados generales obtenidos en el programa SPSS, agrupando las dimensiones que corresponden a la variable independiente y a la dependiente, puede observarse que existe una fuerte correlación entre la planificación estratégica y los niveles de competitividad de la EPM-GIDSA; con un índice de correlación de Pearson de 0,992 y una significancia de 0,00.

Para realizar un análisis de acuerdo a cada pregunta e ítem que abarca cada variable de la investigación, se ha detallado la misma correlación, reflejada en la tabla número 10:

Tabla 11. Correlación de Pearson por dimensiones de las variables

		Correlaciones								
		CAPACIDAD DEL PLAN ESTRATEGICO	USO DE ESTRATEGIAS EN LA COMPETITIVIDAD	FACTORES QUE CONDICIONAN LA COMPETITIVIDAD	CONSTRUCCIÓN DE MODELOS DE COMPETITIVIDAD	SISTEMA DE SEGUIMIENTO	POSIBILIDAD DE VENTAJAS COMPETITIVAS	FORMAS DE COMPETIR		
VARIABLE DEPENDIENTE										
VARIABLE INDEPENDIENTE	CAPACIDAD DE PLANEACION A CORTO Y LARGO PLAZO	Correlación de Pearson	,957**	,903**	,940**	,893**	,941**	,945**	,928**	
		Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
		N	144	144	144	144	144	144	144	144
	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	Correlación de Pearson	,912**	,912**	,928**	,873**	,917**	,916**	,937**	
		Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
		N	144	144	144	144	144	144	144	
	DETECCIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS	Correlación de Pearson	,974**	,911**	,928**	,933**	,928**	,951**	,922**	
		Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
		N	144	144	144	144	144	144	144	
	PUNTOS CLAVE	Correlación de Pearson	,927**	,947**	,923**	,924**	,925**	,891**	,902**	
		Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
		N	144	144	144	144	144	144	144	
	IDENTIFICACIÓN DE OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	Correlación de Pearson	,925**	,915**	,928**	,876**	,930**	,915**	,903**	
		Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
		N	144	144	144	144	144	144	144	
	ANÁLISIS Y GESTIÓN ESTRATÉGICA	Correlación de Pearson	,952**	,923**	,922**	,937**	,923**	,935**	,936**	
		Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
		N	144	144	144	144	144	144	144	
FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS DE LA PLANIFICACION ESTRATEGICA	Correlación de Pearson	,960**	,927**	,923**	,938**	,942**	,951**	,943**		
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		
	N	144	144	144	144	144	144	144		
CAPACIDAD DE GESTION Y COMPETITIVIDAD	Correlación de Pearson	,922**	,901**	,914**	,890**	,926**	,899**	,883**		
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		
	N	144	144	144	144	144	144	144		

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: SPSS

Elaborado por: Barahona, 2019

Según la tabla 10, se indica que existe una fuerte correlación entre la CAPACIDAD DE PLANEACIÓN A CORTO Y LARGO PLAZO con la capacidad del plan estratégico, con un índice de correlación de 0,957; así también esta dimensión se relaciona fuertemente con el uso de estrategias en la competitividad con un coeficiente de correlación de Pearson de 0,903; del mismo modo, se relaciona con 0,940 con los factores que condicionan la competitividad; el índice de correlación de esta variable con la construcción de modelos de competitividad se encuentra en 0,893; de la misma manera el nivel de correlación con el sistema de seguimiento está en un nivel de correlación de 0,941; por otro lado esta dimensión se asocia fuertemente con la posibilidad de ventajas competitivas en un 0,945, y finalmente se asocia con las formas de competir en un 0,928; cada una de estas relaciones se encuentra a un nivel de significancia de 0,00; señalando nuevamente la fuerte correlación existente entre estas dimensiones.

Por otro lado, los OBJETIVOS ESTRATÉGICOS están vinculados a la capacidad del plan estratégico, con un índice de correlación de 0,912; así también esta dimensión se relaciona con el uso de estrategias en la competitividad con un coeficiente de correlación de Pearson de 0,912; del mismo modo, se relaciona con 0,928 con los factores que condicionan la competitividad; el índice de relación de esta variable con la construcción de modelos de competitividad se encuentra en 0,873; de la misma manera el nivel de relación con el sistema de seguimiento está en un nivel de correlación de 0,917 ; por otro lado esta dimensión se asocia fuertemente con la posibilidad de ventajas competitivas en un 0,916; y finalmente se asocia con las formas de competir en un 0,937; cada una de estas relaciones se encuentra a un nivel de significancia de 0,00; señalando nuevamente la fuerte correlación existente entre estas dimensiones.

En cuanto a la DETECCIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS se puede observar un nivel de correlación con la capacidad del plan estratégico, con un coeficiente de correlación de Pearson de 0,974; así también esta dimensión se relaciona con el uso de estrategias en la competitividad con un índice de 0,911; del mismo modo, se relaciona con 0,928 con los factores que condicionan la competitividad; el índice de relación de esta variable con la construcción de modelos de competitividad se encuentra en 0,933; de la misma manera el nivel de relación con el sistema de seguimiento está en un nivel de correlación de 0,928; por otro lado esta dimensión se asocia fuertemente con la

posibilidad de ventajas competitivas en un 0,951; y finalmente se asocia con las formas de competir en un 0,922. En todas las correlaciones se repite un nivel de significancia de 0,00; lo que recalca la correlación fuerte que existe entre estas dimensiones.

Los PUNTOS CLAVE de la planeación estratégica se aprecia un nivel de correlación con la capacidad del plan estratégico, en 0,927; así también esta dimensión se relaciona con el uso de estrategias en la competitividad con un coeficiente de correlación de Pearson de 0,947; del mismo modo, se relaciona con 0,923 con los factores que condicionan la competitividad; el índice de relación de esta variable con la construcción de modelos de competitividad se encuentra en 0,924; de la misma manera el nivel de relación con el sistema de seguimiento está en un nivel de correlación de 0,925; por otro lado esta dimensión se asocia fuertemente con la posibilidad de ventajas competitivas en un 0,891; y finalmente se asocia con las formas de competir en un 0,902. En todas las correlaciones se repite un nivel de significancia de 0,00; lo que recalca la correlación fuerte que existe entre estas dimensiones.

Mencionando ahora la IDENTIFICACIÓN DE OBJETIVOS ESTRATÉGICOS, puede observarse que estos tienen una correlación con la capacidad del plan estratégico, con un nivel de 0,925; así también se relaciona con el uso de estrategias en la competitividad con un coeficiente de correlación de Pearson de 0,915; del mismo modo, se relaciona con 0,928 con los factores que condicionan la competitividad; el índice de relación de esta variable con la construcción de modelos de competitividad se encuentra en 0,876; de la misma manera el nivel de relación con el sistema de seguimiento está en un nivel de correlación de 0,930; por otro lado esta dimensión se asocia fuertemente con la posibilidad de ventajas competitivas en un 0,915; y finalmente se asocia con las formas de competir en un 0,903; cada una de estas relaciones se encuentra a un nivel de significancia de 0,00; señalando nuevamente la fuerte correlación existente entre estas dimensiones.

Puede observarse que el ANÁLISIS Y GESTIÓN ESTRATÉGICA se relaciona con la capacidad del plan estratégico, en 0,952; así también esta dimensión se relaciona con el uso de estrategias en la competitividad con un coeficiente de correlación de Pearson de 0,923; del mismo modo, se relaciona con 0,922 con los factores que condicionan la competitividad; el índice de relación de esta variable con la construcción de modelos de

competitividad se encuentra en 0,937; de la misma manera el nivel de relación con el sistema de seguimiento está en un nivel de correlación de 0,923; por otro lado esta dimensión se asocia fuertemente con la posibilidad de ventajas competitivas en un 0,935; y finalmente se asocia con las formas de competir en un 0,936. En todas las correlaciones se repite un nivel de significancia de 0,00; lo que recalca la correlación fuerte que existe entre estas dimensiones.

Abordando el nivel de relación entre los FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA y la capacidad del plan estratégico se puede decir que se asocian en 0,960; así también esta dimensión se relaciona con el uso de estrategias en la competitividad con un coeficiente de correlación de Pearson de 0,927; del mismo modo, se relaciona con 0,923 con los factores que condicionan la competitividad; el índice de relación de esta variable con la construcción de modelos de competitividad se encuentra en 0,938; de la misma manera el nivel de relación con el sistema de seguimiento está en un nivel de correlación de 0,942; por otro lado esta dimensión se asocia fuertemente con la posibilidad de ventajas competitivas en un 0,951; y finalmente se asocia con las formas de competir en un 0,943. En todas las correlaciones se repite un nivel de significancia de 0,00; lo que recalca la correlación fuerte que existe entre estas dimensiones.

Por último, en lo que respecta a la CAPACIDAD DE GESTIÓN Y COMPETITIVIDAD, puede observarse una correlación con la capacidad del plan estratégico en un 0,922; así también esta dimensión se relaciona con el uso de estrategias en la competitividad con un coeficiente de correlación de Pearson de 0,901; del mismo modo, se relaciona con 0,914 con los factores que condicionan la competitividad; el índice de relación de esta variable con la construcción de modelos de competitividad se encuentra en 0,890; de la misma manera el nivel de relación con el sistema de seguimiento está en un nivel de correlación de 0,942; por otro lado esta dimensión se asocia fuertemente con la posibilidad de ventajas competitivas en un 0,926; y finalmente se asocia con las formas de competir en un 0,899. En todas las correlaciones se repite un nivel de significancia de 0,00; lo que recalca la correlación fuerte que existe entre estas dimensiones.

Gráfico de dispersión

Para confirmar este análisis, y la fuerte correlación que existe entre las variables, se ha elaborado adicionalmente el gráfico de dispersión que se muestra a continuación. En el cual se refuerza la relación positiva que tienen las variables, es decir que, si una de ellas aumenta, la otra aumenta también. Es decir que cuando se desarrolla la planificación estratégica adecuada en la EPM-GIDSA, aumentan también sus niveles de competitividad, tal y como se muestra en el gráfico 17:

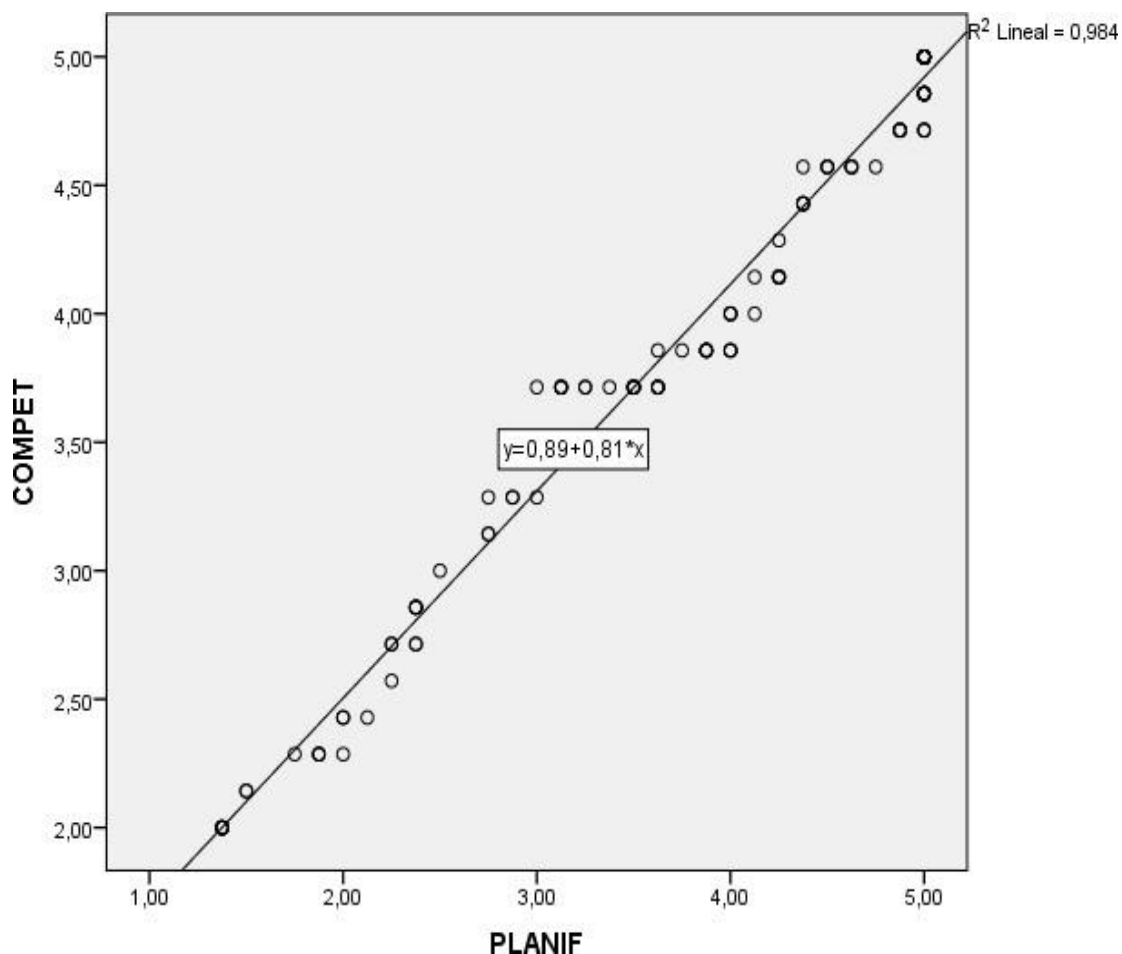


Gráfico 16. Diagrama de dispersión
Elaborado por: Barahona, 2019

En el eje de las X se puede observar el comportamiento de la variable dependiente: Niveles de competitividad; mientras que en eje de las Y se observa a la variable Independiente: Panificación estratégica. En este sentido se puede apreciar y se afirma nuevamente que las variables tienen un comportamiento lineal de correlación, y que, si la una crece, la otra automáticamente también lo hace.

5.3 Discusión

El presente estudio ha permitido obtener como resultado que la “Planificación estratégica y los niveles de competitividad en la EPM-GIDSA”, se encuentran estrechamente relacionados, ya que mediante la técnica de correlación simple se pudo determinar que las dos variables están relacionadas de forma positiva y significativa con un coeficiente de correlación de Pearson de 0,992; lo cual permite corroborar la hipótesis de la investigación.

El objetivo principal de la investigación fue analizar la relación de las dimensiones de la planificación con los niveles de competitividad, determinando el impacto que pueden tener en el desarrollo empresarial. A través de una contextualización se pudo evaluar la competitividad de la empresa y con un análisis estadístico orientado a pruebas de correlación directa, se pudo identificar que efectivamente la planificación estratégica impacta significativamente en el funcionamiento de otras dimensiones relacionadas a la competitividad y a la gestión organizacional. Todo esto resalta la idea de que la planeación estratégica es un elemento fundamental en el crecimiento de la organización y que debe darse la importancia debida, tomando las medidas necesarias para consolidar a la empresa y que está se pueda desarrollar en un buen contexto político-económico acentuando su desempeño y su competitividad (Mora Riapira, Vera Colina, & Melgarejo Molina, 2015).

En la EPM-GIDSA, a través del análisis de los resultados, provenientes de la opinión de las fuentes primarias de información, se manifiesta claramente como la Planificación estratégica de la empresa, influye significativamente en los niveles de competitividad de la misma, mediante la toma acertada de decisiones, el seguimiento continuo a las estrategias implementadas y todas las acciones para la consecución de las metas y objetivos planificados, orientan y conducen hacia prestar un servicio de calidad, mostrando niveles de competitividad deseados. Esta afirmación se la establece de acuerdo a la opiniones de todos los colaboradores que formaron parte de la muestra del estudio, y pese a que para algunos de ellos, en especial para los trabajadores del área operativa, les era un poco complicado el entender las dimensiones tratadas, pudieron evidenciar que en efecto, cuando el trabajo se orienta a la consecución de fines comunes, con métodos, y estrategias adecuadas, se puede conseguir mayor eficiencia en las operaciones y por lo

tanto hacer que la empresa se destaque y resalte su competitividad. Esto además se fortalece con el análisis estadístico, pues tabular las variables, reflejadas en cada una de las preguntas de la encuesta, y someterlas a pruebas e indicadores estadísticos, hace posible observar numéricamente como las mismas se relacionan de forma directa. Todo lo antes expuesto se puede visualizar en el gráfico 18.

Gráfico de mando Integral

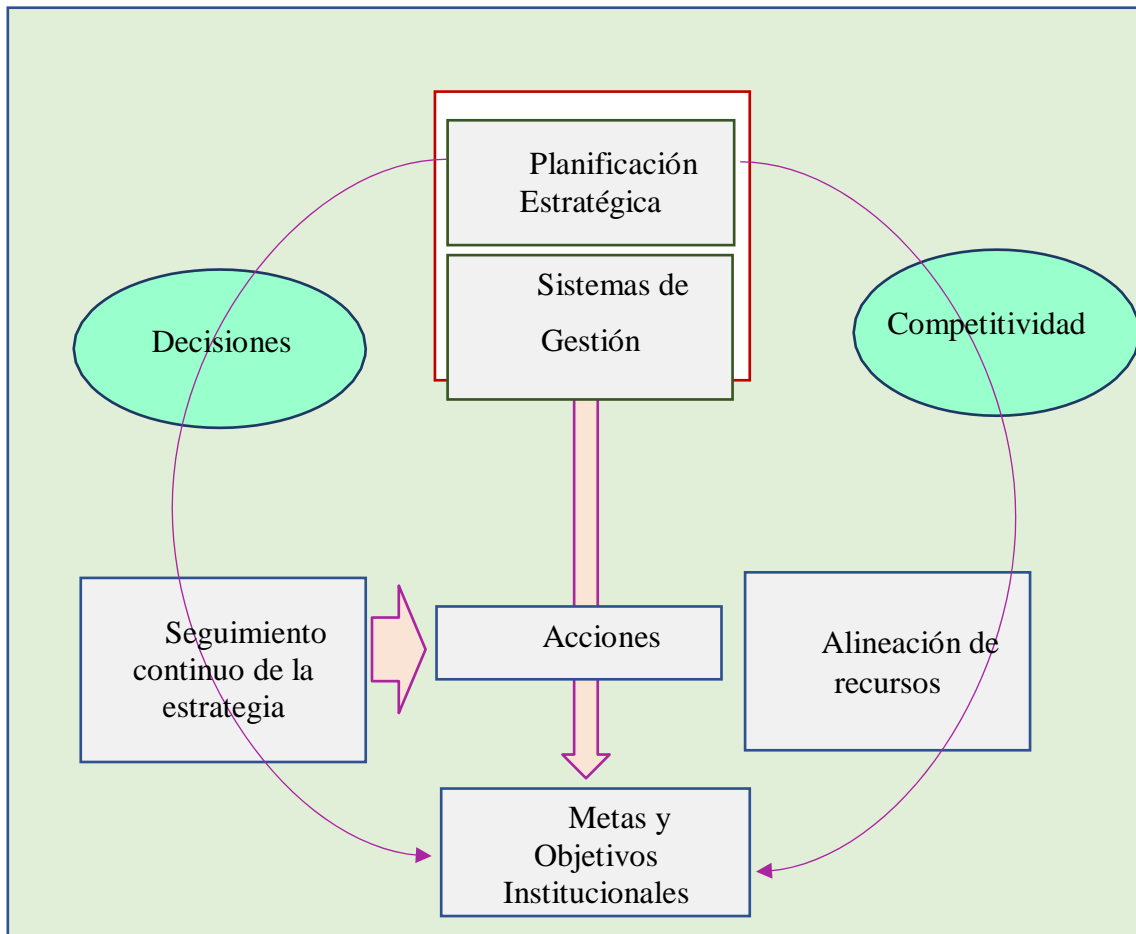


Gráfico 17. Diagrama de mando integral
Elaborado por: Barahona, 2019

6. CONCLUSIONES

Una vez realizada la memoria completa del trabajo de investigación, puede concluirse que:

1. Las principales preguntas de la encuesta revelaron que un porcentaje considerable de funcionarios tienen desconocimiento o no están seguros de si la empresa con sus directivos, pueda tener la capacidad de llevar a cabo una planificación y direccionamiento estratégico.
2. Actualmente la EPM-GIDSA, no dispone de un direccionamiento estratégico, por lo que fue necesario realizar un análisis mediante herramientas estratégicas como el análisis PESTEL, así como se realizó un diagnóstico situacional a través de la matriz FODA, con lo cual se pudo identificar que la empresa posee las capacidades para poder mejorar sus niveles de competitividad, a través de una adecuada planificación estratégica, y que el éxito o el fracaso de la gestión en la institución, depende mucho de la comunicación que se maneje dentro de la misma.
3. A través de la técnica de correlación simple se pudo determinar que la planificación estratégica está relacionada con la competitividad de forma positiva y significativa con un coeficiente de correlación de Pearson de 0,992; lo cual permite corroborar la hipótesis de la investigación.

7. RECOMENDACIONES

Finalmente se concluye el trabajo con las siguientes observaciones:

1. Es necesario que se mantenga la comunicación constante sobre las acciones que se llevan a cabo dentro la empresa y se difunda las estrategias implementadas a todos los niveles. Este tema suele ser manejado únicamente por la parte administrativa, pero es imperioso se extienda este propósito a todos los colaboradores de la empresa, tanto a nivel administrativo como a nivel operativo; debido a que todo el personal debe estar orientado a la consecución de los objetivos empresariales en base a las estrategias que la empresa ha diseñado.

2. Es de vital importancia para la EPM-GIDSA la puesta en marcha de una planificación estratégica, ya que ésta clarificará el camino a seguir, para lograr obtener el éxito, la consecución de las metas planteadas, el fortalecimiento sustentable y duradero dentro del cantón, logrando la competitividad que garantiza la calidad del servicio hacia la ciudadanía.
3. Una vez que hemos podido evidenciar a través del presente estudio que las dos variables se relacionan estrechamente, es necesario dar cumplimiento, seguimiento y medición a todas las acciones futuras; Esto con la finalidad de obtener un aporte valioso para que la empresa se consolide como líder en el servicio y que pueda cumplir con la visión y la misión para la que fue creada, cumpliendo no solamente con sus tareas, sino que además se destaque por realizar su trabajo con eficiencia, cuidado ambiental y una gestión orientada al crecimiento empresarial, a la sostenibilidad en el tiempo y a la sustentabilidad económica.

8. REFERENCIAS

- Ambiente, M. d. (14 de Junio de 2017). *Contaminacion y residuos*. (M. d. Ambiente, Productor) Obtenido de <http://www.quitoambiente.gob.ec/ambiente/index.php/politicas-y-planeacion-ambiental/residuos-solidos/introduccion>
- Arellano, D. (2013). *Propuesta para la gestión integral de residuos sólidos en el Municipio Valera del Estado de Trujillo*. Tecana American University, Departamento de Ingeniería Civil, Florida. Obtenido de <https://tauniversity.org/sites/default/files/tesis/tesis-diana-m-arellano-g- aprobada.pdf>
- Argudo, C. (12 de Septiembre de 2017). *¿Qué es la competitividad empresarial?* Obtenido de Emprendepyme: <https://www.emprendepyme.net/que-es-la-competitividad-empresarial.html>
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación* (Sexta ed.). 2012: Episteme C. A.
- Artaraz, M. (2010). *Políticas públicas para una gestión sostenible de los residuos municipales. Un análisis aplicado al Municipio de Vitoria-Gasteiz*. Universidad del País Vasco, Departamento de Economía Apliada, País Vasco. Obtenido de <https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/7801/artarazmi%F1on.pdf;jsessionid=CA6EE3020FCC8139564BA4C205DF95D6?sequence=1>
- Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador. (13 de julio de 2011). *CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008*. Recuperado el 3 de febrero de 2020, de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Badrinath, R. (14 de Septiembre de 2017). *Construyendo competitividad empresarial*. Obtenido de Revista del foro de comercio internacional: <http://www.tradeforum.org/Building-Business-Competitiveness/>
- Banco Mundial. (23 de Septiembre de 2019). *Manejo de residuos sólidos*. Obtenido de Banco Mundial. Comprender la pobreza Desarrollo urbano:

<https://www.worldbank.org/en/topic/urbandevelopment/brief/solid-waste-management>

Bernal Torres, C. A. (2016). *Metodología de la Investigación, administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (Cuarta ed.). (O. Fernández Palma, Ed.) Bogotá: Pearson.

Boris, J. (10 de Noviembre de 2019). *La importancia de proceso formal de Planificación Estratégica*. Obtenido de Efecto visual: <https://www.efectovisual.cl/blog/77-la-importancia-de-proceso-formal-de-planificacion-estrategica.html>

Castillo, E., & De Medina, L. (Febrero de 2014). Generación y composición de residuos sólidos domésticos en localidades urbanas pequeñas en el estado de Veracruz, México. *Revista internacional de contaminación ambiental*, 30(1). Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-49992014000100007&script=sci_arttext

Chaves, J. (2019). *Planificación Estratégica y su relación con el nivel de Competitividad y el Desempeño Financiero en las Pymes del sector de Plásticos en la Provincia Sabana Centro, Cundinamarca (Colombia)*. Universidad de la Sabana. Chía: Escuela Internacional de Ciencias Económicas y Administrativas. Obtenido de <https://attachment.outlook.live.net/owa/tesisysesoria@hotmail.com/service.svc/s/GetFileAttachment?id=AQMkADAwATY0MDABLWNmYjgtMmNkNy0wMAItMDAKAEYAAAORp1I%2BiP16QoNu6VZXSZ9UBwDvjKRvCgtBT5S1YGAAv%2FnRTwAAAEMAAAA74ykbwoLQU%2BUtWBgAL%2F50U8AA1XothoAAAABEgAQA>

Chuaqui, J., David, M., & Parraguez, R. (2016). El concepto de inclusión social. *Revista de Ciencias Sociales*, 69(1). Obtenido de <https://revistas.uv.cl/index.php/rsc/article/view/927>

CNPES. (13 de Agosto de 2007). *Documento Conpes*. Obtenido de Consejo Nacional de Política Económica y Social: <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Economicos/3484.pdf>

- Colmont, M., & Landaburu, E. (2014). *Plan estratégico de marketing para el mejoramiento de las ventas de la empresa Mizpa S.A. Distribuidora de tableros de madera para contrucción y acabado en la ciudad de Guayaquil*. Universidad Politécnica Salesiana, Guayaquil. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6149/1/UPS-GT000528.pdf>
- Copo Arévalo, Y. (2017). *La comunicación entre productores, proveedores y clientes y su incidencia en la calidad de las relaciones de las empresas pertenecientes a la Asociación Interprofesional de Zapateros y Afines de Tungurahua Luz del Obrero*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato. Recuperado el 27 de enero de 2020, de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/26321/1/T4102i.pdf>
- Cuervo, M., & Máttar, J. (2016). *Planificación y prospectiva para la construcción de futuro en América Latina y el Caribe* (Primera edición ed.). Santiago, Chile: Naciones Unidas. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40623/4/S1600345_es.pdf
- David, F. (2016). *Administración estratégica* (Primera edición ed.). Puebla, México: Pearson Education. Obtenido de https://issuu.com/victore.cardozodelgado/docs/conceptos_de_administraci_n_e_strat
- Durán, A. (23 de Julio de 2015). *Cómo crear una propuesta de valor efectiva*. Obtenido de Master Base: http://cdea.masterbase.com/hs-fs/hub/37780/file-2608173490-pdf/PropuestadeValorV_CCS-1.pdf
- Echeverri, C. (2016). *La competitividad en el desarrollo empresarial*. Universidad de San Buenaventura. Medellín: Escuela de Administración de empresas. Obtenido de <http://web.usbmed.edu.co/usbmed/mercatura/nro8/docs/competitividad.doc>
- Empresa Pública Minucipal GIDSA. (2019). *NOSOTROS*. Recuperado el 20 de enero de 2020, de <http://www.epmgidsa.gob.ec/inicio/nosotros/>

- Escudero Sánchez, C., & Cortez Suárez, L. (2018). *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica*. Machala - Ecuador: UTMACH, 2018.
- Espinosa, R. (9 de Junio de 2016). *Marketing estratégico: concepto, funciones y ejemplos*. Obtenido de Marketing: <https://robertoepinosa.es/2016/10/23/marketing-estrategico-concepto-ejemplos>
- Espinoza, A., & Lisbhet, D. (2017). *La Planificación Estratégica y su relación con la Competitividad en Misión Cementerio Católico Parque del Recuerdo del distrito de San Isidro; año 2017*". Lima.
- Estrella Viera, A., & Rojas Alarcón , L. (2016). *MODELO DE MEJORA DE LA CALIDAD PARA EL SERVICIO AL CLIENTE DE LA "EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL PARA LA GESTIÓN INTEGRAL DE LOS DESECHOS SÓLIDOS DEL CANTÓN AMBATO" (EPM-GIDSA) EN LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA*. Ambato: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO. Recuperado el 20 de enero de 2020, de <http://dspace.esoch.edu.ec/bitstream/123456789/12470/1/62T00145.pdf>
- Freepik, K. (28 de Agosto de 2017). *Falta de planeación estratégica complica la vida de las empresas*. Obtenido de El semanario sin límites: <https://elsemanario.com/economia/falta-planeacion-estrategica-complica-vida-empresas/>
- Garbanzo, G. (25 de Junio de 2015). Desarrollo organizacional y los procesos de cambio en las instituciones educativas, un reto de la gestión de la educación. *Revista Educación*, 10(1). doi:10.15517/revedu.v40i1.22534
- García. (2016). *Indicadores de Gestión: Manual Básico de aplicación para Mipymes* (Primera edición ed.). Bogotá, Colombia: Ediciones de la U. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/318559845_Indicadores_de_Gestion_Manual_Basico_de_aplicacion_para_Mipymes
- García. (9 de Enero de 2018). *Definición de Focus group*. Obtenido de Economía Simple: <https://www.economiasimple.net/glosario/focusgroup>

- García, J., Duran , S., Cardeño, E., Prieto, R., García, E., & Paz, A. (20 de Julio de 2017). Proceso de planificación estratégica: Etapas ejecutadas en pequeñas y medianas empresas para optimizar la competitividad. *Revista Espacios*, 38(52). Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a17v38n52/17385216.html>
- González, N. (1 de Mayo de 2017). *¿Cómo funciona la Planificación Estratégica para las pequeñas empresas?* Obtenido de Magenta: <https://magentaig.com/como-funciona-planificacion-estrategica/>
- Grupo Femxa. (20 de enero de 2017). *La importancia de la comunicación en la empresa*. Recuperado el 14 de marzo de 2017, de <http://www.grupofemxa.es/la-importancia-de-la-comunicacion-en-la-empresa/>
- Guiliany, G. (2017). *Proceso de planificación estratégica: Etapas ejecutadas en pequeñas y medianas empresas para optimizar la competitividad*.
- Gusmán, D. (30 de Marzo de 2018). *¿Qué relación existe entre la gestión de riesgos y estrategia?* Obtenido de ISOTools: <https://www.isotools.org/2018/03/30/que-relacion-existe-entre-la-gestion-de-riesgos-y-estrategia/>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la investigación* (quinta ed.). México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la investigación* (sexta ed.). México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2016). *Metodología de la investigación*. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- Herrera, L., Medina, A., & Naranjo, G. (2004). *Tutoría de la investigación Científica* . Ambato: Gráficas Corona.

- Ibarra Rosero, E. (2019). *Análisis entorno estratégico Modelo Pestel–5 Fuerzas De Matriz Ifa–Matriz Foda–Modelo Vrio Porter–Matriz Ifa–Matriz Foda–Modelo Vrio aplicado a la EPS Coomeva*. Bachelor's thesis, Universidad Ean.
- Ibarra, M., González, L., & Demuner, M. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California [Business competitiveness in small and medium-sized enterprises of manufacturing sector in Baja California]. *Estudios Fronterizos*, 18(35), 107-130. doi:10.21670/ref.2017.35.a06
- Kogan Schmukler, Y. (26 de enero de 2017). *El enfoque sistémico y sistemático en un proyecto*. Recuperado el 27 de enero de 2020, de <https://www.incae.edu/es/blog/2017/01/26/el-enfoque-sistemico-y-sistemico-en-un-proyecto.html>
- Lara, J. (18 de agosto de 2019). Gidsa cuenta con 230 empleados. *El Herald*. Recuperado el 13 de enero de 2020, de <https://www.elheraldo.com.ec/gidsa-cuenta-con-230-empleados/>
- López, L. (2004). Población muestra y muestreo. *Punto Cero*, 14(2), 69-74. Obtenido de <http://www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v09n08/v09n08a12.pdf>
- López, P., & Fachelli, S. (Febrero de 2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa* (Primera edición ed.). Barcelona, España: Creative Commons. Obtenido de Universidad Autónoma de Barcelona: https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf
- López, R. (19 de Julio de 2019). *GUÍA RÁPIDA DE ATENCIÓN AL CLIENTE*. Recuperado el 27 de enero de 2020, de <https://www.instasent.com/blog/guia-rapida-de-atencion-al-cliente>
- Luco, A. (7 de Julio de 2016). *Importancia de la visión y misión de la empresa*. Obtenido de Business Consulting: <https://www.businessconsulting.cl/importancia-de-la-vision-y-mision-de-la-empresa/>

- Máttar, J., & Perrotti, D. (2014). *Planificación, prospectiva y gestión pública. Reflexiones para la agenda de desarrollo* (Primera edición ed.). Santiago, Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/36762/1/S20131070_es.pdf
- Melo, E. (2017). *La planificación estratégica como ventaja competitiva en empresas manufactureras*. Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/17023/EDUARDO%20MAURICIO%20MELO%20RIVERA.pdf;jsessionid=1F2E4D1A885C2A4FD6C650523FD672E9?sequence=1>
- Ministerio de Trabajo. (2014). *NTP 685: La comunicación en las organizaciones*. Obtenido de Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo: https://www.insst.es/documents/94886/326775/ntp_685.pdf/f034c683-035c-42e6-836f-9ab37677fa5f
- Montaño, J. (27 de Julio de 2017). *Investigación No Experimental: Diseños, Características, Ejemplos*. Obtenido de Lifeder: <https://www.lifeder.com/investigacion-no-experimental/>
- Montoya, C., & Boyero, M. (Julio-diciembre de 2016). El recurso humano como elemento fundamental para la gestión de calidad y la competitividad organizacional. *Revista Científica "Visión de Futuro"*, 20(2), 1-20. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3579/357947335001.pdf>
- Mora Riapira, E., Vera Colina, M., & Melgarejo Molina, Z. (2015). Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá. *Estudios Gerenciales*, 31(134). Recuperado el 15 de marzo de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/212/21233043009.pdf>
- Mota, T. (2014). Sistemas gestores de bases de datos. En *Sistemas de Gestión de Bases de Datos (SGDB)*. Ciudades gemelas de la Universidad de Minnesota: Universidad de Minnesota. Obtenido de https://www.academia.edu/7952905/Sistemas_de_Gestión_de_Bases_de_Datos_SGDB_

- Peña, C. (2015). *La motivación laboral como herramienta de gestión en las organizaciones empresariales*. Universidad Pontificia Icaide Comillas. Madrid: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Obtenido de <https://repositorio.comillas.edu/jspui/bitstream/11531/4152/1/TFG001138.pdf>
- Ramírez, J. (2017). *Segundo Congreso Internacional en Administración de Negocios Internacionales* (Primera edición ed.). Bucaramanga, Colombia: Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga.
- Ramírez, P., Mendoza, A., Meza, J., & Zambrano, M. (2018). *Análisis del enfoque de la gerencia estatégica*. III Congreso Virtual Internacional sobre Desafíos de las Empresas del siglo XXI, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Obtenido de <https://www.eumed.net/actas/18/empresas/7-analisis-del-enfoque.pdf>
- RECALDE, M. C. (2019). *PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA MICROEMPRESA "ASISTECPRO" EN LA CIUDAD DE QUITO*. Quito.
- Rivas, G. (24 de Abril de 2019). *Competitividad empresarial: ¿Cómo hacer que la empresa sea más competitiva?* Obtenido de gb advisors: <https://www.gb-advisors.com/business-competitiveness/>
- Rojas, M. (2015). Tipos de Investigación científica: Una simplificación de la complicada incoherente nomenclatura y clasificación. *REDVET. Revista Electrónica de Veterinaria*, 16(1), 1-14. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/636/63638739004.pdf>
- Rondón, S., Szantó, M., Pacheco, J., Contreras, E., & Gálvez, A. (2016). *Guía general para la gestión de residuos sólidos domiciliarios* (Primera edición ed.). Santiago, Chile: CEPAL Naciones Unidas. Obtenido de <https://attachment.outlook.live.net/owa/tesisyasesoria@hotmail.com/service.svc/s/GetFileAttachment?id=AQMkADAwATY0MDABLWNmYjgtMmNkNy0wMAItMDAKAEYAAAORp1I%2BiP16QoNu6VZXSZ9UBwDvjKRvCgtBT5S1YGAAv%2FnRTwAAAgEMAAAA74ykbwoLQU%2BUtWBgAL%2F50U8AAlXothoAAAABEGaQA>

- Ruíz, A. (2010). *Mejora de las condiciones de vida de las familias porcicultoras del Parque Porcino de Ventanilla, mediante un sistema de biodigestión y manejo integral de residuos sólidos y líquidos, Lima, Perú.* . Instituto Químico de Sarria, Ingeniería Química . Lima: Universidad Ramón Llull. Obtenido de https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/9296/Tesis_doctoral_ARR_version_final.pdf?sequence=1
- Salas, H. (2011). Investigación cuantitativa (monismo metodológico) y cualitativa (dualismo metodológico): el status epistémico de los resultados de la investigación en las disciplinas sociales. *Cinta moebio*, 40(1), 1-21. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/cmoebio/n40/art01.pdf>
- Sánchez Jacas, I. (2017). La planeación estratégica en el Sistema de Salud cubano. *MEDISAN*, 12(5). Recuperado el 20 de enero de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/3684/368450965019.pdf>
- Sánchez, J., Osorio, J., & Ernesto, B. (Mayo de 2007). Algunas aproximaciones al problema de financiamiento de las PYMES en Colombia. *Scientia Et Technica*, 13(34), 321-324. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/849/84934054.pdf>
- Secretaria de consejo del Gobierno Autónomo descentralizado de la Municipalidad de Ambato. (13 de abril de 2011). *ORDENANZA PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL PARA LA GESTIÓN INTEGRAL DE LOS DESECHOS SÓLIDOS DEL CANTÓN AMBATO*. Recuperado el 3 de febrero de 2020, de <http://www.epmgidsa.gob.ec/files/transparencia/2013/Ordenanza-Epmgidsa.pdf>
- Tapia Meza, W. (2019). *Metodología filosófica*. Recuperado el 20 de enero de 2020, de https://issuu.com/filosofico/docs/antolog_a_m_todos_issu
- Tibb, A. (24 de Abril de 2017). Historia y Evolucion de La Planeacion Estrategica. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 17(2), 50-62. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/346117726/Historia-y-Evolucion-de-La-Planeacion-Estrategica>

Vélez, D., Holguín, H., De la Oz, G., Durán, Y., & Gutiérrez, I. (2008). *Dinámica de la empresa familiar PYME* (Primera edición ed.). Bogotá, Colombia: Grupo editorial Fundes Internacional. Obtenido de <http://mundopymeabm.org.mx/pdf/DinamicaEmpresaFamiliarFUNDES.pdf>

Vilcacundo Córdova, A. G. (2014). *La innovación tecnológica como factor de competitividad en las pequeñas y medianas empresas manufactureras del cantón Ambato. (Tesis de Pregrado)*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.

Walías, L. (2016). *La aplicación del marketing cultural en España como herramienta de Gerencia Museística*. Universidad de Cantabria. España: Facultad de Filosofía y Letras. Obtenido de <https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/8268/Tesis%20LWR.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

9. ANEXOS

Anexo 1. Encuesta



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS**



ENCUESTA

Objetivo: Determinar cuáles son los objetivos estratégicos que se debe implementar a corto, mediano y largo plazo. Dirigido al personal de la EPM-GIDSA.

Instrucciones:

- Lea detenidamente las preguntas antes de contestar.
- Marque con una X únicamente la respuesta correcta.
- No se permite manchones ni borrones.

Considerando que Ud. es parte de la Institución y la conoce de cerca, valore las siguientes afirmaciones, de acuerdo a lo solicitado y su identificación con la frase:

Nota de descargo: La información es recolectada con fines de investigación académica, por ende, los investigadores se comprometen a no publicar la información proporcionada por los participantes.

“Planificación Estratégica y los Niveles de Competitividad en la Empresa Pública Municipal Para la Gestión Integral de Residuos Sólidos”

INSTRUMENTO VALIDADO

N	PREGUNTAS/FACTORES	MUY DE ACUERDO 1	DE ACUERDO 2	NO ESTOY SEGURO 3	EN DESACUERDO 4	TOTALMENTE EN DESACUERDO 5
PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA						
1	¿Considera Ud. que existe la capacidad para llevar a cabo el plan estratégico de la empresa?					
2	¿Existe en la EPM-GIDSA la capacidad para crear planes a corto y largo plazo?					
3	¿Considera Ud. que se han establecido objetivos estratégicos?					
4	¿Existe en la Institución la capacidad para detectar oportunidades y amenazas para el logro de los objetivos de la empresa?					
5	¿Cree Ud. que se deben determinar puntos clave para llevar a cabo los objetivos estratégicos?					
6	¿Considera Ud. que existe la capacidad para identificar los objetivos más importantes que ayudarán a llevar a cabo la estrategia?					
7	¿Cree Ud. que La EPM-GIDSA debe realizar tareas de análisis de información y crear una gestión estratégica?					
8	¿Existe la capacidad para analizar factores internos y externos con respecto a la formulación y planificación de la estrategia corporativa de la empresa?					

COMPETITIVIDAD						
9	¿Considera Ud. que existe en la Empresa la capacidad para la gestión y control del desafío de competitividad?					
10	¿Considera Ud. que se ha dado uso de estrategias para abordar la competitividad de la empresa?					
11	¿Cree Ud. que se ha realizado la identificación de los factores que condicionan la competitividad de la Empresa?					
12	¿Existe la capacidad para identificar variables y la construcción de modelos que ayudan a abordar la competitividad de la empresa?					
13	¿Considera Ud. que se ha llevado a cabo la construcción de un sistema de seguimiento que ayuda a lograr efectivamente la competitividad de la empresa?					
14	¿Existe la capacidad para adquirir ventajas competitivas a través de una cadena de valor dentro del organización?					
15	¿Considera Ud. que es importante que la Institución tenga la capacidad para percibir o descubrir mejores formas de competir en un sector y transferirlos al mercado, es decir, innovando?					

Gracias por su colaboración

Anexo 2. Autorización de la EPM-GIDSA



OFICIO EPM-GIDSA-GG-2020-0183

Ambato, 13 de abril de 2020

ASUNTO: Respuesta oficio Nro. FCA-PM-C-059-2020

**Ingeniera PhD.
Diana Morales Urrutia
COORDINADORA DE POSGRADO
FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS
Presente**

De mi consideración:

Reciba un cordial saludo y en atención al oficio Nro. FCA-PM-C-059-2020, me permito dirigirme a usted para comunicarle que se autoriza a la Ing. Ruth Jimena Barahona Rivera con cédula 1715611420, estudiante de la Maestría en Administración Pública de la Facultad de ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato, para que desarrolle el trabajo de investigación con fines académicos con el tema “PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y LOS NIVELES DE COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL PARA LA GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS”, en esta entidad.

Con sentimientos de consideración y estima.

Atentamente,

**Ing. Diana
Fiallos Celi
GERENTE
GENERAL**

Con copia: Talento Humano
Tamara González

Anexo 3. Artículo Científico

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

TEMA:

“PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y LOS NIVELES DE COMPETITIVIDAD
EN LA EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL PARA LA GESTIÓN INTEGRAL
RESIDUOS SÓLIDOS”

AUTORA: Ruth Jimena Barahona Rivera

TUTOR: Dr. C. Mg. Mario Padilla M., PhD

AMBATO – ECUADOR

2020

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y LOS NIVELES DE COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL PARA LA GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS

Barahona Rivera Ruth Jimena

Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Técnica de Ambato xime_ba@live.com,
mp.padilla@uta.edu.ec

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo se orienta a establecer en qué nivel se relaciona el manejo de una adecuada planificación estratégica, con la competitividad de la Empresa Pública Municipal de Gestión Integral de Desechos Sólidos (EPM –GIDSA). Para alcanzar este gran fin, se tuvo que trabajar con tres objetivos específicos: el primero de ellos fue la fundamentación teórica de las variables: Planificación estratégica y Competitividad; el segundo buscó el diagnóstico de la situación actual de la EPM-GIDSA y la orientación de esta hacia la consecución de sus metas organizacionales, y el tercero tuvo la orientación al análisis de la planificación estratégica en la competitividad de la EPM-GIDSA; por esta razón y para dar cumplimiento a estos objetivos, se ha recurrido a una abundante revisión bibliográfica, en la cual se ha fundamentado las bases teóricas. La recopilación de la información primaria se la efectuó a través de una encuesta estructurada para todo el personal de la empresa, con preguntas orientadas a medir la relación de las variables. Los resultados indican que, en efecto, estas variables en estudio tienen una fuerte relación, verificada a través del software Smart SPSS, con el coeficiente de Pearson, mismo que comprueba en base a su nivel de significancia y al propio índice, la fuerte asociación que tienen la planificación estratégica con la competitividad.

Palabras clave: Planificación estratégica, competitividad, eficiencia, eficacia.

ABSTRACT

This work aims to establish at what level the management of adequate strategic planning is related to the competitiveness of the Municipal Public Company for the Integrated Management of Solid Waste

(EPM-GIDSA). To achieve this great end, you have to work with three specific objectives: the first one was the theoretical foundation of the variables: Strategic planning and Competitiveness; the second sought the diagnosis of the current situation of the EPM-GIDSA and its orientation towards the achievement of its organizational goals, and the third had the orientation to the analysis of the strategic planning in the competitiveness of the EPM-GIDSA; For this reason and to fulfill these objectives, an extensive bibliographic review has been used, on which the theoretical bases have been based. The collection of primary information is carried out through a structured survey for all company personnel, with questions aimed at measuring the relationship of the variables. The results indicate that, in effect, these variables under study have a strong relationship, verified through the Smart SPSS software, with the Pearson coefficient, which is verified based on their level of significance and the index itself, the strong association they have strategic planning with competitiveness.

Key words: Strategic planning, competitiveness, efficiency, effectiveness.

INTRODUCCIÓN

La planificación estratégica es una necesidad que poseen todas las empresas sin importar el tamaño y la constitución de la empresa, es decir, sea cual sea el panorama en el que se desarrolle la organización, es necesario plasmar un plan estratégico con la finalidad de mejorar sus procesos para impulsar la estrategia global de una empresa de éxito (González, 2017).

La creación de un plan estratégico implica: analizar el entorno del negocio, establecer los objetivos y generar un plan de acción en el que se detalla cómo funcionará la organización para alcanzar los objetivos y

metas planteados (González, 2017). La falta de una planeación estratégica complica la vida de las empresas porque se llega a descuidar aspectos que son primordiales para la supervivencia. Para que esto no ocurra es necesario manejar cuidadosamente los recursos con los que cuenta y crear modelos de estrategias que impulsen la innovación y desarrollo constante de las habilidades propias de los colaboradores de la entidad. Los errores más frecuentes que los empresarios suelen cometer se relacionan con la falta de herramientas y técnicas que les permitan llevar un control de los recursos y metodologías adecuadas para que la empresa tenga un funcionamiento apropiado y crezca de una forma equilibrada y proyectada al futuro (Freepik, 2017).

Como beneficio extra, la planeación estratégica permite que la entidad busque de manera anticipada los cambios que puedan presentarse en un futuro para poder enfrentarlos y convertirlos en una ventaja. En resumidas palabras, es una guía que permite saber cómo se debe actuar en presencia de condiciones adversas y sobre todo distribuir adecuadamente los recursos de la empresa para obtener análisis precisos y reales para implementar medidas que posibiliten sacarle una ventaja ante situaciones específicas (Freepik, 2017).

Por otro lado, la competitividad de una empresa es la capacidad que tiene la misma para brindar servicios y productos con mayor eficiencia y eficacia para hacer frente a sus competidores. La competitividad de una empresa se puede entender como las diversas formas que tiene la misma para lograr posicionarse frente a sus competidores, para ello se utilizan herramientas empresariales que faciliten la posición dominante en el mercado en el cual la empresa desarrolla sus procesos (Argudo, 2017).

En la actualidad, gran parte de estudios señalan que la empresa para que pueda ser competitiva, debe desarrollar y perfeccionar sistemas propios de planeación, organización, dirección y control; enfocados en alcanzar niveles muy satisfactorios entre los individuos que

trabajan o colaboran en ella. Esto se logra a través de un sistema de información interna y externa correctamente cimentado lo que le permite anticiparse y valorar los cambios que se presentan dentro y en el entorno de la empresa (Argudo, 2017).

Por esta razón, es necesario que las empresas se enfoquen en incluir dentro de sus modelos administrativos, estrategias de productividad, calidad total, ventajas competitivas, cadena de valor e innovación que se centren en alcanzar una competitividad diaria. Dichos factores o estrategias posibilitan medir el nivel de competitividad que posee una determinada organización frente a un mercado nacional e internacional (Echeverri, 2016).

Desde el punto de vista empresarial y socioeconómico, el termino competitividad es importante porque tienen gran influencia en el crecimiento económico del país. Por otro lado, la competitividad forma parte importante en la toma de decisiones gerenciales ya que se relaciona con la eficiencia y eficacia internas de la organización (Echeverri, 2016).

La gestión gerencia es el arte de hacer las cosas a través de, y con personas en grupos organizados formalmente haciendo que el trabajo con la cooperación de los socios y demás trabajadores de la organización sea más eficiente y eficaz. Es el arte de dirigir e inspirar a las personas ya que no solo dirige, sino que motiva a las personas de la organización para que den lo mejor de sí mismos para lograr objetivos (Montoya & Boyero, 2016). A nivel de director ejecutivo, el trabajo se realiza a través de gerentes funcionales, en el nivel medio, las cosas se implementan a través de supervisores y en un nivel inferior de gestión a través de los trabajadores. Las habilidades humanas y técnicas juegan un papel importante para hacer las cosas.

La cultura empresarial, las habilidades y competencias de los empleados y la estructura organizativa son factores importantes que influyen en cómo una organización puede alcanzar sus objetivos establecidos García et al., (2017). Las compañías inflexibles pueden tener dificultades para tener éxito en un entorno empresarial cambiante ya que crean una

barrera entre el desarrollo de estrategias y su implementación lo que dificulta que los gerentes determinen si los objetivos se han cumplido de manera eficiente Ramírez et al., (2018). Si bien la alta gerencia de una organización es en última instancia responsable de su estrategia, estas últimas, a menudo son provocadas por acciones e ideas de gerentes y empleados de nivel inferior.

Una organización puede tener varios empleados dedicados a la estrategia en lugar de depender del director ejecutivo (CEO) para recibir orientación. Debido a esta realidad, los líderes de la organización se centran en aprender de estrategias pasadas y en examinar el entorno en general. El conocimiento colectivo se utiliza para desarrollar estrategias futuras y guiar el comportamiento de los empleados para garantizar que toda la organización avance Ramírez et al., (2018). Por estas razones, la gestión estratégica efectiva requiere una perspectiva tanto interna como externa.

En este ámbito la Empresa Pública Municipal de Gestión Integral de Residuos Sólidos de Ambato, presta los servicios de gestión integral de residuos sólidos, que contribuyen a mantener la salud, bienestar de los habitantes y el cuidado del medio ambiente, razón por la cual es de vital importancia una gestión estratégica que permita una toma de decisiones oportuna que conduzca al efectivo cumplimiento de su visión, dentro del nivel jerárquico superior.

La empresa, a pesar de contar con un plan estratégico para manejar los procesos que realiza, no lo ejecuta, por lo que esto impide dar solución a los diversos problemas que se presentan en la cotidianidad de la empresa, tal y como los referentes a su crecimiento como entidad ya que depende de un presupuesto asignado por parte de la municipalidad lo que limita la acción efectiva de sus procesos y la toma de decisiones. Esto afecta a los niveles competitivos haciendo que disminuyan al no contar con adecuadas estrategias que mejoren la competitividad en el interior y en el entorno.

En este aspecto el Ministerio del Ambiente

a través de la secretaria General del Ambiente menciona que, los residuos sólidos representan un constante problema ya que contaminan el ambiente en el caso de no ser correctamente tratados. Dicho problema se va incrementado acorde al aumento demográfico, por ende, las empresas dedicadas al tratamiento y manejo de residuos deben implementar un sistema de gestión acorde a las necesidades y demandas de la población y del medio ambiente y que este fundamentada en la mejora continua de la competitividad como empresa a través de una mejor planeación de las estrategias con las cuales se plantean los objetivos empresariales (Ambiente, 2017).

FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA

Planeación estratégica

El concepto de planificación estratégica se originó en la década de 1950, pero se hizo popular a mediados de los años sesenta y mediados de los setenta. Durante ese tiempo, los gerentes y todo el mundo corporativo creían que la planificación estratégica proporcionaba respuestas a la mayoría, sino a todos, los problemas comerciales. Sin embargo, en la década de 1980, las expectativas se redujeron ya que algunos planes no lograron alcanzar el rendimiento esperado. Su aplicación fue revivida más tarde en la década de 1990 y sigue siendo relevante en los negocios modernos (Máttar & Perrotti, 2014).

La planificación estratégica es el arte de formular estrategias comerciales, implementarlas y evaluar su impacto en función de los objetivos de la organización. El concepto se centra en la integración de varios departamentos comerciales (contabilidad y finanzas, investigación y desarrollo, producción, marketing, sistemas de información, gestión) para lograr los objetivos de la organización. El término planificación estratégica es sinónimo de gestión estratégica, solo que el primero se usa en el mundo corporativo y el segundo en el entorno académico (Cuervo & Máttar, 2016).

Para realizar esta planificación, debe aplicarse un proceso que implica algunas fases, como:

Formulación de estrategia: La

formulación de la estrategia se refiere a las diferentes opciones o alternativas estratégicas de que se disponen en base a dar respuesta a las numerosas presiones e influencias identificadas en el análisis estratégico.

Implementación de la estrategia: Después de la formulación de la estrategia, la empresa necesita establecer metas a largo plazo, que son sus aspiraciones más grandes y suelen ser enunciadas en su visión. Este gran objetivo a largo plazo debe transformarse en metas medibles de corto plazo (generalmente metas de un año), para diseñar políticas y asignar recursos para su ejecución. También se conoce como la etapa de acción y es la fase más importante de la planificación estratégica. El éxito de la etapa de implementación está determinado por la capacidad de la empresa para fomentar un entorno y una cultura que motive a los empleados a trabajar. Las habilidades interpersonales de un gerente son críticas durante esta etapa (Walías, 2016). La implementación efectiva de la estrategia también implica el desarrollo de una estructura organizacional funcional, la máxima utilización de los sistemas de información y la redirección de los esfuerzos de marketing.

Evaluación de la estrategia: Cualquier persona de negocios inteligente sabe que el éxito de hoy no garantiza el éxito de mañana. Como tal, es importante que los gerentes evalúen el desempeño de varias estrategias después de la fase de implementación. La evaluación de la estrategia involucra tres actividades cruciales: revisar los factores internos y externos que afectan la implementación de las estrategias, medir el desempeño y tomar medidas correctivas (Walías, 2016). Esto garantiza que las empresas sean totalmente funcionales y rentables en cualquier época ya que con la evaluación de las estrategias se pretende mejorar alguna falla encontrada y a su vez mejorar las estrategias para adaptar a la organización al entorno cambiante.

Existen varios modelos y alternativas de un plan estratégico, que en general, se basan en un solo principio, el éxito empresarial. Por esta razón, se han estipulado siete

elementos básicos que necesariamente debe tener un plan estratégico a pesar de que puedan existir otros elementos constitutivos de un plan estratégico, por lo general se resumen en los siguientes:

Declaración de la visión: Una declaración de visión describe la forma en que se visualiza una empresa y como tal, debe darse a conocer y comunicar ese sueño a los empleados y clientes de una manera inspiradora. La declaración de visión debe revisarse continuamente para asegurarse de que sigue alineada con la forma en que se ve la empresa (Luco, 2016). Una buena declaración de la visión empresarial se centra en mantener su identidad, prestigio y reconocimiento para ser valorada internacionalmente, utilizando el poder combinado de sus partes interesadas y empleados para impulsar el valor y la innovación.

Estado de la misión: Mientras que una visión describe cómo ve la empresa a sus clientes y partes interesadas, una declaración de misión describe lo que hace actualmente. A menudo describe lo que hace, para quién y cómo. Centrarse en la misión cada día debe ser la prioridad ya que esto le permitirá alcanzar su visión (Boris, 2019). Una declaración de misión es capaz de ampliar sus opciones y/o reducirlas. De igual manera permite darse a conocer en el mercado en el cual desarrolla las actividades empresariales.

Valores fundamentales: Los valores centrales describen las creencias y comportamientos de la empresa y permitirán lograr la visión y misión planteadas, mismas que serán verificadas cada día y estipular el estado actual de la empresa. Los valores o principios de una organización le permiten darse a conocer de manera eficaz ganándose un prestigio empresarial competitivo (Boris, 2019).

Análisis FODA: La fortaleza de una empresa podría ser la capacidad para atraer clientes locales, mientras que la debilidad podría ser la incapacidad de entrar en una base de consumidores no local (González, 2017). Un competidor local que posee lazos con clientes no locales podría estar enfrentando una situación financiera, la cual le brinda una oportunidad a la empresa.

En base a esta revisión bibliográfica, se ha procedido a establecer un análisis de las fortalezas, debilidades y amenazas que rodean la situación de la EPM-GIDSA. Esto ha sido posible gracias a la participación y colaboración activa de esta empresa, pensando siempre en la mejora de la gestión y en la posibilidad de aprovechar los factores que juegan a su favor y poder fortalecer las carencias y aspectos en los que aún se encuentra tendido ciertas dificultades.

Metas a largo plazo: Los objetivos a largo plazo son declaraciones que detallan un nivel por debajo de la visión y describen cómo planea lograrlo. Este conjunto de objetivos generalmente comienza dentro de tres años y se extiende hasta alrededor de cinco años en el futuro, alineándose directamente con las declaraciones de misión y visión. Los objetivos a largo plazo son los hitos que una empresa establece para guiar las operaciones hacia sus objetivos de largo alcance (Ramírez J., 2017). Algunos ejemplos de objetivos a largo plazo podrían ser que una empresa fortalezca su participación en el mercado local, aumente las ganancias o expanda sus operaciones.

Objetivos anuales: Cada meta a largo plazo debe tener algunos objetivos anuales que ayuden y promuevan a alcanzar las metas planteadas. Cada objetivo debe ser lo más inteligente y versátil posible. Además, debe cumplir con los siguientes requerimientos: debe ser específico, medible, alcanzable, realista y basado en el tiempo. Después de establecer los objetivos anuales, se pueden dividir en objetivos a corto plazo, que definen las acciones y objetivos para los próximos tres meses para alcanzar sus objetivos anuales. Los planes para lograr los objetivos a corto plazo son los planes de acción (Boris, 2019).

Plan de acción: Cada objetivo debe tener un plan que detalle cómo se logrará. La cantidad de detalles depende de la flexibilidad que se desee y que tengan los gerentes y equipo de trabajo. Un objetivo, mientras más detalles posean, existirá menos flexibilidad para los que lo siguen. Una visión sin un plan es solo un sueño y un plan sin visión es solo trabajo pesado,

pero una visión con un plan puede cambiar el mundo y el entorno de la empresa (Boris, 2019). Crear un plan para lograr los objetivos de una organización permite expandir su territorio empresarial, así como algunas de las corporaciones más exitosas comenzaron en garajes, y a través de la planificación se convirtieron en gigantes de la industria.

Competitividad

A pesar de que el término competitividad se usa comúnmente en campos como la economía o la política, no tiene una definición estandarizada. Por el contrario, su significado puede variar mucho según el contexto y la percepción. En el caso de la competitividad empresarial, puede definirse como la capacidad de las organizaciones para producir bienes o servicios con una relación calidad-precio favorable que garantice una buena rentabilidad mientras se logra la preferencia del cliente sobre otros competidores. La competitividad asegura que la empresa sea sostenible y duradera

La competitividad puede dividirse en dos tipos: competitividad de precios, es decir, la capacidad de crear y ofrecer bienes y servicios de calidad a costos más bajos que los competidores; y la competitividad estructural que es la capacidad de imponer sus productos o servicios independientemente de su precio, gracias a su calidad, innovación, servicios relacionados o imagen de marca. La competitividad forma parte de las empresas ya sean públicas o privadas ya que les permite crear, necesariamente, estrategias para hacerle frente a sus competidores (Rivas, 2019).

Existen algunos elementos que deben considerarse al momento de hablar de competitividad, entre los que se encuentran:

Propuesta de valor: Las empresas deben contar con algo que las distinga en el mercado en el que desarrolla sus actividades. En muchos casos, este valor proviene de una combinación de elementos tales como características de servicio al cliente, soporte logístico, sistemas de información y marca de productos (Durán, 2015). Esto se debe combinar con las buenas relaciones interpersonales y la

comunicación asertiva entre los gerentes, empleados y clientes. La empresa pública municipal EPM-GIDSA es la única empresa que presta el servicio de gestión integral de desechos sólidos, sin competidores en esta área. Como único encargado de la gestión integral de estos desechos no tiene como tal que preocuparse de la competencia, por lo que su única meta es proporcionar el servicio de una manera adecuada.

Comunicación fluida: El capital humano es la principal fuente de creación de valor dentro de la empresa. Teniendo esto en cuenta, es vital que todos los miembros de la empresa tengan los canales adecuados para enviar y recibir información relevante. Esto les permitirá conocer claramente sus responsabilidades y las de los demás; que luego se traducirá en un mejor flujo de trabajo y una mayor productividad. “Se entiende por comunicación a la transmisión de la información que se da entre personas, la misma que es de vital importancia en cualquier organización, y que debe manejarse con la mayor seriedad y objetividad posibles” (Copo Arévalo, 2017, pág. 42). Un adecuado nivel de comunicación, que se maneje con fluidez y precisión servirá para que la empresa pueda direccionarse de forma correcta y se eviten malos entendidos en cuanto a la transmisión de información relevante, que sirve para la toma de decisiones empresariales.

Estrategia de gestión de riesgos: Cuando se trata de la competitividad y eficiencia de una empresa; altos riesgos equivalen a altas recompensas. Sin embargo, esta fórmula también se puede aplicar en el caso contrario; es por esto que cualquier proyecto nuevo que desee aplicar, debe cubrir sus puntos débiles definiendo una buena estrategia de gestión de riesgos. Esto permitirá identificar todos los posibles escenarios negativos que puedan surgir como resultado de la implementación de un proyecto (Guzmán, 2018). Por lo tanto, se podrá tomar medidas que garanticen la reducción de daños o pérdidas en caso de que el proyecto no funcione. En el entorno de EPM- GIDSA se observan varios factores de riesgos, entre los riesgos naturales con mayor afectación se puede

hacer mención al estado de las vías con las afectaciones del camino climático, ya que a veces con los desplazamientos continuos de tierra se obstaculiza el paso de los vehículos para cumplir con las labores operativas cotidianas.

Tecnología adecuada: La innovación va de la mano con la tecnología. Si se desea disfrutar de los beneficios de la estandarización de procesos, la automatización de tareas y el análisis inteligente de datos; entonces, sin duda, se debe invertir en herramientas tecnológicas de vanguardia. La tecnología representa uno de los principales medios por los cuales se puede mejorar de forma segura la competitividad y la eficiencia de una empresa. Luego, se debe integrar ITSM o soluciones de seguridad a los sistemas, para facilitar el trabajo de los empleados y lograr mejores resultados (Badrinath, 2017).

Atención a los clientes: Se presta mucha atención a la relación con los clientes. Es importante que se desarrollen estrategias que ayuden a ofrecer una excelente calidad de servicio para que se creen lazos duraderos con ellos (López R., 2019). En este caso, es necesario que se preste especial atención a clientes potenciales quienes se convertirán en el pilar fundamental para el crecimiento de la organización y de este modo posibiliten el alcance de las metas y cumplimiento de los objetivos, mismo que será evaluado contantemente para establecer la situación actual de la empresa.

METODOLOGÍA

El desarrollo de este proyecto de investigación se encuentra enmarcado en un paradigma socio-crítico, debido a que las empresas en la actualidad buscan nuevas alternativas y estrategias que les permita permanecer en el mercado, con buenas referencias y sobre todo con la satisfacción de los clientes. Al realizar un análisis de las estrategias actuales que maneja la EPM-GIDSA, es posible determinar si estas están siendo efectivas o no, en lo que refiere a su gestión, tanto desde la parte interna, como desde la externa. Trabajar en base a una metodología filosófica, ayuda al análisis y al cuestionamiento de una problemática, permitiendo al investigador partir de una

base concreta y no únicamente con conocimientos empíricos (Tapia Meza, 2019).

Esta investigación es de carácter descriptivo con enfoque cualitativo debido a las técnicas de investigación como entrevistas, se recolectarán los datos sin medición numérica y también se utilizará el enfoque cuantitativo, ya que se usarán datos que se amparan en la medición numérica.

Es necesaria la aplicación de una investigación cuantitativa, pues permite plasmar en contexto datos numéricos sobre una temática. En concreto, para este trabajo; de “PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y LOS NIVELES DE COMPETITIVIDAD”, mediante la recopilación de datos cuantificables y la realización de técnicas estadísticas, software estadístico. Además, permite recopilar la información primaria utilizando métodos de muestreo cuyos resultados se pueden representar en forma numérica una vez que hayan sido analizados de manera cuidadosa para predecir el futuro probable del tema en cuestión (Salas, 2011).

La información cuantitativa de este trabajo se centra en la obtención de los datos, tabulaciones y cuantificaciones de los mismos en base a la perspectiva de los colaboradores de la empresa. A través de las hojas de cálculo de Microsoft Excel se pretende procesar a tabular los datos de las encuestas, base para el análisis de resultados mediante la elaboración de tablas y gráficos estadísticos. Adicionalmente, para establecer la relación existente entre la planeación específica y la competitividad de EPM-GIDSA, se empleará la correlación de Pearson, misma que permite medir hasta qué punto se relacionan las variables de un estudio.

El presente trabajo conlleva también, una gran responsabilidad social, puesto que la EPM-GIDSA presta un servicio vital en la ciudad, y el desarrollo de este tipo de trabajos pretende contribuir a la mejora en de la gestión de la empresa y así generar un bienestar en la comunicad, no solo con la satisfacción por entregar un servicio, sino que este se desarrolló dentro de los estándares generales de responsabilidad

social, empresarial y ambiental. Al encargarse del tratamiento de los desechos sólidos de la ciudad, la empresa EPM-GIDSA tiene no solamente la responsabilidad de cumplir con eficacia su tarea, sino la responsabilidad social que conlleva el manejo de desechos, puesto que el trato adecuado de estos residuos disminuye ciertos riesgos para la población, como son las enfermedades e infestaciones de plagas por mencionar algunos.

En conclusión, la investigación se encuentra bajo la modalidad de campo, bibliográfica-documental, desarrollada bajo el enfoque cualitativo y cuantitativo con un nivel de investigación descriptivo - correlacional; para analizar la incidencia de la planeación estratégica en los niveles de competitividad de la EPM GIDSA.

Según información de la empresa, existen en total 200 trabajadores operativos y 30 administrativos, que suman un total de 230 colaboradores, sin embargo, para el presente estudio se obtuvo una muestra de 144 personas que proporcionaron la información primaria para establecer los resultados de este trabajo.

RESULTADOS

La Empresa pública Municipal EPM-GIDSA tiene el compromiso de trabajar al servicio de la colectividad Ambateña, cumpliendo los estándares de salubridad y seguridad laboral, comprometida constantemente con mejorar sus estrategias para proveer de un servicio de calidad a la ciudad. Dentro de sus estrategias se establece el compromiso con los trabajadores internos y con el servicio que prestan a la ciudadanía, siguiendo sus lineamientos y generando estrategias que le permiten ser competitivos.

En el siguiente apartado se muestran los principales resultados arrojados por el software estadístico, tomando en consideración que existe un fuerte nivel de significancia entre las variables cuando el coeficiente de correlación es mayor que cero. Además de considerar que existe correlación cuando el nivel de significancia es menor a 0,05, haciéndose está más fuerte cuando los valores se acerquen a cero.

Para realizar el caculo del nivel de

correlación de las variables en estudio, se tabularon las encuestas en hojas de cálculo de Microsoft Excel, y esta base de datos fue **Tabla 1. Correlación General de Pearson**

exportada al software Smart SPSS para determinar la correlación de Pearson, misma que se muestra en la tabla 1:

Correlaciones		PLANIF	COMPET
PLANIF	Correlación de Pearson	1	,992**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	144	144
COMPET	Correlación de Pearson	,992**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	144	144

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Elaborado por: Barahona, 2019

Fuente: Smart SPSS

De acuerdo a los resultados generales obtenidos en el programa SPSS, agrupando las dimensiones que corresponden a la variable independiente y a la dependiente, puede observarse que existe una fuerte correlación entre la planificación estratégica y los niveles de competitividad de la EPM-GIDSA; con un índice de relación de Pearson de 0,992 y una significancia de 0,00.

Para confirmar este análisis, y la fuerte

correlación que existe entre las variables, se ha elaborado adicionalmente el gráfico de dispersión que se muestra a continuación. En el cual se refuerza la relación positiva que tienen las variables, es decir que, si una de ellas aumenta, la otra aumenta también. Es decir que cuando se desarrolla la planificación estratégica adecuada en la EPM-GIDSA, aumentan también sus niveles de competitividad, tal y como se muestra en el gráfico 1:

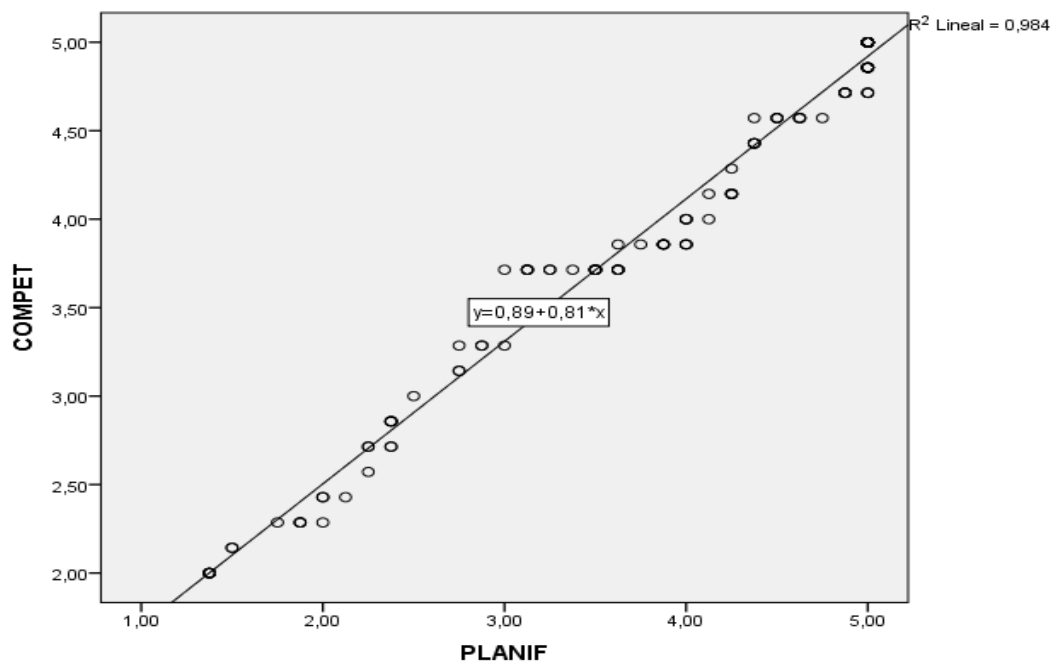


Gráfico 1. Diagrama de dispersión
Elaborado por: Barahona, 2020

En el eje de las X se puede observar el comportamiento de la variable dependiente: Niveles de competitividad; mientras que en eje de las Y se observa a la variable Independiente: Planificación estratégica. En este sentido se puede apreciar y se afirma nuevamente que las variables tienen un comportamiento lineal de correlación, y que, si la una crece, la otra automáticamente también lo hace.

DISCUSIÓN

El presente estudio ha permitido obtener como resultado que la “Planificación estratégica y los niveles de competitividad en la EPM-GIDSA”, se encuentran estrechamente relacionados, ya que mediante la técnica de correlación simple se pudo determinar que las dos variables están relacionadas de forma positiva y significativa con un coeficiente de correlación de Pearson de 0,992; lo cual permite corroborar la hipótesis de la investigación.

El objetivo principal de la investigación fue analizar la relación de las dimensiones de la planificación con los niveles de competitividad, determinando el impacto que pueden tener en el desarrollo empresarial. A través de una

contextualización se pudo evaluar la competitividad de la empresa y con un análisis estadístico orientado a pruebas de correlación directa, se pudo identificar que efectivamente la planificación estratégica impacta significativamente en el funcionamiento de otras dimensiones relacionadas a la competitividad y a la gestión organizacional. Todo esto resalta la idea de que la planeación estratégica es un elemento fundamental en el crecimiento de la organización y que debe darse la importancia debida, tomando las medidas necesarias para consolidar a la empresa y que está se pueda desarrollar en un buen contexto político-económico acentuando su desempeño y su competitividad (Mora Riapira, Vera Colina, & Melgarejo Molina, 2015).

En la EPM-GIDSA, a través del análisis de los resultados, provenientes de la opinión de las fuentes primarias de información, se manifiesta claramente como la Planificación estratégica de la empresa, influye significativamente en los niveles de competitividad de la misma, mediante la toma acertada de decisiones, el seguimiento continuo a las estrategias implementadas y todas las acciones para la consecución de

las metas y objetivos planificados, orientan y conducen hacia prestar un servicio de calidad, mostrando niveles de competitividad deseados. Esta afirmación se la establece de acuerdo a la opiniones de todos los colaboradores que formaron parte de la muestra del estudio, y pese a que para algunos de ellos, en especial para los trabajadores del área operativa, les era un poco complicado el entender las dimensiones tratadas, pudieron evidenciar que en efecto, cuando el trabajo se orienta a la consecución de fines comunes, con métodos, y estrategias adecuadas, se puede conseguir mayor eficiencia en las operaciones y por lo tanto hacer que la empresa se destaque y resalte su competitividad. Esto además se fortalece con el análisis estadístico, pues tabular las variables, reflejadas en cada una de las preguntas de la encuesta, y someterlas a pruebas e indicadores estadísticos, hace posible observar numéricamente como las mismas se relacionan de forma directa.

CONCLUSIONES

Una vez realizada la memoria completa del trabajo de investigación, puede concluirse que:

La fundamentación teórico-científica, han aportado las bases necesarias para poder analizar y establecer la relación bibliográfica existente entre estas variables.

Estas bases han manifestado claramente que

REFERENCIAS

Rojas, M. (2015). Tipos de Investigación científica: Una simplificación de la complicada incoherente nomenclatura y clasificación. *REDVET. Revista Electrónica de Veterinaria*, 16(1), 1-14. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/636/63638739004.pdf>

Bernal Torres, C. A. (2016). Metodología de la Investigación, administración, economía, humanidades y ciencias sociales (Cuarta ed.). (O. Fernández Palma, Ed.) Bogotá: Pearson.

Escudero Sánchez, C., & Cortez Suárez, L. (2018). *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación*

cuando una empresa se orienta a la consecución de un fin, diseñando una estrategia para conseguirlos, suele ser más competitiva en su ámbito y suele destacarse en su medio; no solamente por el servicio, sino también por la calidad de este, orientado al cuidado del medio y a la satisfacción de los usuarios.

La EPM-GIDSA, posee las capacidades para poder mejorar sus niveles de competitividad, a través de su planeación estratégica, sin embargo, se ha podido evidenciar esta no se ha extendido a todo el personal, por falta de la comunicación entre todas las personas que laboran. El éxito o el fracaso de la gestión en cualquier empresa, depende mucho de la comunicación que se maneje dentro de la misma. Cuando todos los involucrados en un ambiente, tienen conocimiento de las capacidades de los fines que persiguen dentro de la institución, se vuelve mucho más fácil alcanzar las metas, en base a un trabajo conjunto con la cooperación de todo el personal.

A través de la técnica de correlación simple se pudo determinar que la planificación estratégica está relacionada con la competitividad de forma positiva y significativa con un coeficiente de correlación de Pearson de 0,992; lo cual permite corroborar la hipótesis de la investigación.

científica. Machala - Ecuador: UTMACH, 2018.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2016). *Metodología de la investigación*. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A.

Mora Riapira, E., Vera Colina, M., & Melgarejo Molina, Z. (2015). Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá. *Estudios Gerenciales*, 31(134). Recuperado el 15 de marzo de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/212/21233043009.pdf>

Tapia Meza, W. (2019). Metodología filosófica. Recuperado el 20 de enero de 2020, de

https://issuu.com/filosofico/docs/antolog_a_m_todos_issu

Anexo 4. Acuso de recibo revista 593 Digital Publisher CEIT

Buscar

Responder | Eliminar | Archivo | No deseado | Limpiar | Mover a

[593DP] Acuse de recibo del envío

Reenvió este mensaje el Mar 12/5/2020 15:49.

PA Philipp Altmann <revista593dp@gmail.com>
Mar 12/5/2020 15:37
Para: Usted

RUTH JIMENA BARAHONA RIVERA:

Gracias por enviar el manuscrito "PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y LOS NIVELES DE COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL PARA LA GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS" a 593 Digital Publisher CEIT. Con el sistema de gestión de publicaciones en línea que utilizamos podrá seguir el progreso a través del proceso editorial tras iniciar sesión en el sitio web de la publicación:

URL del manuscrito: http://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/authorDashboard/submission/252
Nombre de usuario/a: jbarahona

Si tiene alguna duda puede ponerse en contacto conmigo. Gracias por elegir esta editorial para mostrar su trabajo.

Philipp Altmann

[593 Digital Publisher CEIT](#)