



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Los stakeholders y el desarrollo competitivo del sector agrícola del Cantón
Cumandá Provincia de Chimborazo.

**Trabajo de Titulación para optar al título de Tercer Nivel Licenciatura
en Administración de empresas**

Autor:

Loza Robalino, Emily Lissbeth

Tutor:

Ing. René Basantes Avalos. PhD.

Riobamba, Ecuador. 2023

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Emily Lissbeth Loza Robalino, con cédula de ciudadanía 0605438258, autora del trabajo de investigación titulado: Los stakeholders y el desarrollo competitivo del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 12 de diciembre de 2023.



Emily Lissbeth Loza Robalino
C.I: 0605438258

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Ing. René Basantes Avalos. PhD, catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: Los stakeholders y el desarrollo competitivo del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo, bajo la autoría de Emily Lissbeth Loza Robalino; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 27 días del mes de octubre de 2023.



Ing. René Basantes Avalos. PhD.

C.I: 0601737679

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación Los stakeholders y el desarrollo competitivo del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo, presentado por Emily Lissbeth Loza Robalino, con cédula de identidad número 0605438258, bajo la tutoría de PhD. René Abdón Basantes Avalos; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba 12 de diciembre de 2023.

PhD. Francisco Pérez.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Francisco Pérez', written over a horizontal line.

Mgs. Katherine Guerrero.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Katherine Guerrero', written over a horizontal line.

Mgs. Gilma Uquillas.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Gilma Uquillas', written over a horizontal line.



CERTIFICACIÓN

Que, **LOZA ROBALINO EMILY LISSBETH** con CC: **0605438258**, estudiante de la Carrera **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado **"LOS STAKEHOLDERS Y EL DESARROLLO COMPETITIVO DEL SECTOR AGRÍCOLA DEL CANTÓN CUMANDÁ PROVINCIA DE CHIMBORAZO"**, cumple con el 4 %, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **URKUND**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 27 de noviembre de 2023.

Ing. René Basantes Avalos. PhD

TUTOR

DEDICATORIA

Quiero dedicar el presente trabajo a Dios, quien ha sido mi guía en cada paso del camino. Su presencia en mi vida ha sido reconfortante, y me ha dado fuerzas para enfrentar los desafíos y confiar en que todo es posible si le entrego mis sueños y esfuerzos.

A mis queridos padres, les dedico este trabajo de tesis con todo mi amor y gratitud. Mi mayor deseo es que sientan en estas páginas el reflejo de su influencia en mi vida y sepan que siempre serán mi fuente de inspiración y mi razón para seguir adelante.

Así también dedico este trabajo con todo mi corazón a mi querido hermano menor, gracias por ser mi cómplice, mi amigo y mi mayor motivación. Quiero que siempre sepas cuánto significas para mí y cuánto valoro tu presencia en mi vida.

AGRADECIMIENTO

Hoy, con gran emoción y gratitud, culmino un importante capítulo de mi vida académica: la culminación de mi trabajo de titulación. Este logro no habría sido posible sin el apoyo incondicional y el aliento que me brindaron a lo largo de este arduo camino.

A Dios, por ser mi fuente inagotable de sabiduría, amor y guía. Mi fe en su infinita bondad ha sido mi fortaleza durante los momentos desafiantes, y su luz ha iluminado mi camino en la búsqueda del conocimiento.

A mis padres y hermano, no hay palabras que expresen la gratitud que siento por el amor incondicional y el apoyo que me han brindado en cada paso de mi camino académico. Vuestra confianza en mí ha sido mi motor para seguir adelante y alcanzar mis metas. Sin ustedes, nada de esto sería posible.

A mis docentes y en especial a mi Tutor, mi más profundo agradecimiento por su sabiduría, paciencia y orientación. Su dedicación y apoyo constante han sido fundamentales para el desarrollo de este trabajo y para mi crecimiento como estudiante y profesional.

A mis queridos amigos y compañeros de clase, gracias por compartir risas, dificultades y éxitos durante estos años. Vuestra amistad ha sido un pilar de fortaleza y motivación en momentos clave.

A mi enamorado, por sus consejos y palabras de aliento en momentos cruciales de mi investigación, le agradezco de corazón.

Esta tesis no es solo mía; es el resultado de un esfuerzo conjunto de todas las personas que han dejado una huella en mi vida. Gracias por ser parte de este logro, por creer en mí y por inspirarme a dar lo mejor de mí mismo.

Con cariño y agradecimiento.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA	
DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR.....	
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL.....	
CERTIFICADO ANTIPLAGIO	
DEDICATORIA.....	
AGRADECIMIENTO.....	
ÍNDICE GENERAL	
ÍNDICE DE TABLAS.	
ÍNDICE DE GRÁFICOS	
RESUMEN	
ABSTRACT	
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	16
1.1 Planteamiento del Problema.....	16
1.2 Formulación del problema.....	18
1.3 Objetivos.....	18
1.3.1 General.....	18
1.3.2 Específicos.....	18
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.	19
2.1 Antecedentes.....	19
2.2 Stakeholders.....	21
2.2.1 Importancia de los stakeholders	23
2.2.2 Categoría interna de los stakeholders	24
2.2.3 Categoría externa de los stakeholders	25
2.2.4 Influencia de stakeholders en sector Agrícola.....	26
2.3 Desarrollo Competitivo	26
2.4 Rentabilidad.....	29
2.5 Crecimiento de la cuota de mercado	29

2.6	Innovación	30
2.6.1	Innovación en el sector agrícola.....	31
CAPÍTULO III. METODOLOGIA.		32
3.1	Método de Investigación	32
3.2	Tipo de Investigación	32
3.2.1	Investigación descriptiva.....	32
3.2.2	Investigación bibliográfica.....	32
3.2.3	Investigación de campo	32
3.3	Hipótesis	33
3.4	Técnicas	33
3.4.1	Encuesta.....	33
3.5	Instrumentos	33
3.5.1	Cuestionario de encuesta.....	33
3.6	Diseño de la Investigación.....	33
3.7	Población y Muestra	34
3.7.1	Población	34
3.7.2	Muestra	34
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.		35
4.1	Verificación del supuesto de normalidad de datos.....	35
4.2	Análisis de fiabilidad.....	35
4.3	Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados	37
4.4	Contrastación de Hipótesis	55
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		57
5.1	CONCLUSIONES.....	57
5.2	RECOMENDACIONES	58
CAPÍTULO VI. PROPUESTA.....		59
6.1	Diseño de estrategias y actividades propuestas en los stakeholders para mejorar el desarrollo competitivo del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo	59

6.1.1 Estrategias y actividades propuestas para los agricultores locales en Cumandá.....	59
6.1.2 Estrategias y actividades propuestas para el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal (GADM) del Cantón Cumandá.....	63
6.1.3 Estrategias y actividades propuestas para organizaciones ambientales	67
BIBLIOGRAFÍA.....	75
ANEXOS.....	78
8.1. Matriz de consistencia	78
8.2. Matriz de operacionalización de variables.	79
8.3. Encuesta.....	81
8.4 Anexo fotográfico.....	82
8.5 Certificación de Asociaciones Agropecuarias del Cantón Cumandá .	85

ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1. Tamaño poblacional de los stakeholders del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo.....	34
Tabla 2. Prueba de Normalidad.....	35
Tabla 3. Rangos o categorías del Alfa de Cronbach	36
Tabla 4. Análisis de Fiabilidad Alfa de Cronbach Estadísticos de fiabilidad	36
Tabla 5 Nivel de Educación	37
Tabla 6 ¿Está satisfecho/a con su trabajo en el sector agrícola del Cantón Cumandá?.....	38
Tabla 7 ¿Considera que los directivos del sector agrícola del Cantón Cumandá cumplen con los objetivos establecidos dentro del desarrollo competitivo? ..	39
Tabla 8 ¿Cómo considera la rotación de actividades en los empleados de su asociación para su desarrollo en el mercado?	40
Tabla 9 ¿Desde su percepción considera que los clientes están satisfechos con los productos/servicios ofrecidos por el sector agrícola del Cantón Cumandá?	41
Tabla 10 ¿Cómo calificaría el desempeño de los proveedores del sector agrícola del Cantón Cumandá en términos de calidad y puntualidad?	42
Tabla 11 ¿Cómo considera el nivel de competencia en el sector agrícola del Cantón Cumandá?	43
Tabla 12 ¿Su asociación considera a todos los grupos de interés del sector agrícola del Cantón Cumandá?	44
Tabla 13 ¿Considera que los grupos de interés del sector agrícola del Cantón Cumandá tienen un nivel significativo de participación en la toma de decisiones?.....	45
Tabla 14 ¿Cómo calificaría su nivel de satisfacción como empleado/a o socio/a del sector agrícola del Cantón Cumandá?.....	46
Tabla 15 ¿Considera que las asociaciones agropecuarias agrícolas del Cantón Cumandá operan de manera eficiente en el desarrollo competitivo?	47
Tabla 16 ¿Considera que en su asociación se han cumplido las metas de rentabilidad proyectadas en los 3 últimos años?.....	48
Tabla 17 ¿Cuál es la cobertura de mercado en su asociación agrícola del Cantón Cumandá?.....	49
Tabla 18 ¿Cómo describirías la tasa de crecimiento del sector agrícola del Cantón Cumandá en los últimos años?	50

Tabla 19 ¿Está de acuerdo con el porcentaje de ingresos que se destinan en su asociación agrícola para inversiones en mejoras y expansión?	51
Tabla 20 ¿Qué tan importante consideraría la intervención de los stakeholders en el nivel de producción de su asociación?	52
Tabla 21 ¿Considera satisfactorio la cantidad de proyectos de innovación aplicados a su asociación en el sector agrícola del Cantón Cumandá?	53
Tabla 22 ¿Qué tan satisfecho está del desarrollo competitivo que posee su asociación?	54
Tabla 23 Tabla de contingencia Qué tan satisfecho está del desarrollo competitivo que posee su asociación? * ¿Su asociación considera a todos los grupos de interés del sector agrícola del Cantón Cumandá?	55
Tabla 24 Pruebas de chi-cuadrado	56
Tabla 25 Estrategias propuestas para los agricultores locales	60
Tabla 26 Estrategias propuestas para el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Cumandá.....	64
Tabla 27 Estrategias propuestas para comerciantes y mercados locales en el Cantón Cumandá.....	68
Tabla 28 Diseño del plan estratégico de stakeholders para mejorar el desarrollo competitivo del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo	72

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Nivel de educación.....	37
Gráfico 2 Nivel de satisfacción sobre el trabajo en sector agrícola.....	38
Gráfico 3 Cumplimiento de objetivos de parte de los directivos del sector agrícola.....	39
Gráfico 4 Perspectiva sobre la rotación de actividades de empleados para el desarrollo en el mercado.....	40
Gráfico 5 Perspectiva sobre la satisfacción sobre los productos/servicios ofrecidos por el sector agrícola del Cantón Cumandá	41
Gráfico 6 Desempeño de los proveedores del sector agrícola del Cantón Cumandá en términos de calidad y puntualidad.....	42
Gráfico 7 Perspectiva sobre el nivel de competencia en el sector agrícola del Cantón Cumandá.....	43
Gráfico 8 Consideración sobre todos los grupos de interés del sector agrícola del Cantón Cumandá.....	44
Gráfico 9 Perspectiva sobre el nivel significativo de participación en la toma de decisiones.....	45
Gráfico 10 Nivel de satisfacción como empleado/a o socio/a del sector agrícola del Cantón Cumandá.....	46
Gráfico 11 Perspectiva sobre la eficiencia del desarrollo competitivo de parte de que las asociaciones agropecuarias agrícolas.....	47
Gráfico 12 Perspectiva sobre el cumplimiento metas de rentabilidad proyectadas en los 3 últimos años.....	48
Gráfico 13 Cobertura de mercado en su asociación agrícola del Cantón Cumandá.....	49
Gráfico 14 Perspectiva sobre la tasa de crecimiento del sector agrícola del Cantón Cumandá en los últimos años.....	50
Gráfico 15 Nivel de aceptación sobre el porcentaje de ingresos que se destinan en su asociación agrícola para inversiones en mejoras y expansión.....	51
Gráfico 16 Nivel de aceptación sobre el porcentaje de ingresos que se destinan en su asociación agrícola para inversiones en mejoras y expansión.....	52
Gráfico 17 Nivel de satisfacción sobre la cantidad de proyectos de innovación aplicados a su asociación en el sector agrícola del Cantón Cumandá.....	53
Gráfico 18 Nivel de satisfacción sobre el desarrollo competitivo que posee su asociación	54

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general determinar la incidencia de los stakeholders en el desarrollo competitivo del sector agrícola del Cantón Cumandá, Provincia de Chimborazo. Para ello, se llevó a cabo un diagnóstico situacional del sector agrícola, utilizando como muestra a cuatro asociaciones agropecuarias, con un total de 76 socios dedicados a la actividad económica agrícola. Este análisis se basó en la investigación descriptiva, bibliográfica y de campo.

Los resultados de las encuestas realizadas revelaron que un alto porcentaje de las asociaciones o grupos de agricultores operan sin tener en cuenta a los stakeholders relevantes. Esta falta de consideración ha resultado en una perspectiva limitada hacia estos grupos, lo cual, a su vez, ha obstaculizado un desarrollo competitivo adecuado de sus actividades agrícolas. Sin embargo, es alentador observar que el 90.8% de los encuestados reconoce la importancia de la participación activa de los stakeholders para mejorar su competitividad en el mercado.

Además, se analizó la incidencia que los grupos de interés o stakeholders pueden tener en el desarrollo competitivo del sector agrícola en el cantón. Los resultados, según la prueba de hipótesis, confirman que existe una relación significativa entre ambas variables. Esto dio paso al diseño de propuestas centradas en estrategias de stakeholders para mejorar el desarrollo competitivo del sector agrícola en el Cantón Cumandá.

Palabras clave: Agricultura, Desarrollo competitivo, Grupos de interés, sector agrícola, Stakeholders.

ABSTRACT

The general objective of this research work is to determine the impact of stakeholders on the competitive development of the agricultural sector of the Cumandá Canton, Province of Chimborazo. To this end, a situational diagnosis of the farm sector was carried out, using four agricultural associations as a sample, with 76 members dedicated to agricultural economic activity. This analysis was based on descriptive, bibliographic, and field research. The results of the surveys carried out revealed that a high percentage of farmers' associations or groups operate without taking into account the relevant stakeholders. This lack of consideration has resulted in a limited perspective toward these groups, which, in turn, has hindered the proper competitive development of their agricultural activities. However, it is encouraging to note that 90.8% of respondents recognize the importance of active stakeholder participation to improve their competitiveness in the market. In addition, the impact that interest groups or stakeholders can have on the competitive development of the agricultural sector in the canton was analyzed. According to the hypothesis test, the results confirm a significant relationship between both variables. It gave way to the design of proposals focused on stakeholder strategies to improve the competitive development of the agricultural sector in Cumandá Canton.

Keywords: Agriculture, Competitive development, Interest groups, agricultural sector, Stakeholders.



MARIA FERNANDA
PONCE MARCILLO

Reviewed by:
Mgs. Maria Fernanda Ponce
ENGLISH PROFESSOR
C.C. 0603818188

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

En el ámbito empresarial se destacan dos aspectos de gran relevancia los cuales son la capacidad competitiva y la responsabilidad social y ambiental. Según lo establecido por Masaquiza (2018) los stakeholders son grupos que pueden influir en la consecución de los objetivos de una organización o verse afectados por ella. Es decir, que toda organización tiene a su alrededor constantemente partes interesadas en sus operaciones, debido a esto, es preciso que encuentre maneras de gestionar a cada una de estas partes para tomar decisiones que favorezcan a sus actividades y le permitan conseguir los objetivos y metas planteadas.

Dada la naturaleza dinámica de los stakeholders de una empresa, con cambios continuos en el poder de negociación relativo de los stakeholders e incluso cambios que afectan la membresía de estos, una fuente potencial de desarrollo competitivo sostenible es tener la capacidad de generar continuamente relaciones sólidas con los stakeholders. Mantener el desarrollo competitivo de una empresa requiere que la gerencia ajuste y renueve continuamente el paquete único de recursos de la empresa a medida que el tiempo, la competencia y el cambio erosionan su valor. Estas relaciones, a su vez, brindan a la empresa un conocimiento superior actualizado de las funciones de utilidad de los stakeholders (un recurso/capacidad de flujo). La capacidad de la empresa para crear valor de forma continua con los stakeholders, dada la suposición de la eficiencia del mercado (donde los precios se adaptan continuamente para reflejar los valores actualizados), depende de su inversión continua en la comprensión de las funciones de utilidad de sus stakeholders y en tratarlas con respeto.

En base a lo expuesto anteriormente se desarrolla la presente investigación direccionada a los stakeholders y el desarrollo competitivo del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo. En esta investigación se pretende recoger y consolidar los conceptos que permiten alinear las expectativas más significativas de los stakeholders con el desarrollo competitivo de este sector, se planteará objetivos que cumplan con la determinación de lo que se busca solucionar, además de determinar el grado de aplicación y utilidad que estas partes interesadas tienen para ser consideradas una herramienta estratégica para obtener una oferta de valor diferenciada a sus competidores.

1.1 Planteamiento del Problema

A nivel internacional, las organizaciones enfrentan constantes cambios en las relaciones con el entorno en el que se desenvuelven. Estas situaciones involucran el replanteamiento en teorías relacionadas a la comunicación, planificación y relaciones públicas, las mismas que son reinterpretadas de acuerdo con el avance de las tecnologías de información y comunicación.

Los “stakeholders” actúan como controladores de los recursos que la empresa necesita, ya sea materiales, gastos y favoreciendo el acceso a estos. Para Arias et al (2020), la identificación correcta de los Stakeholders si tiene influencia en el éxito a corto, mediano y largo plazo del proyecto.

En el contexto del desarrollo competitivo, los stakeholders pueden ser vistos como aliados en lugar de adversarios, esta estrategia se centra en involucrar y satisfacer las necesidades y expectativas de todas las partes interesadas de una empresa, incluyendo a clientes, empleados, proveedores, accionistas y la comunidad en general (Arias, Flórez, Triviño, & Paz, 2020). La idea detrás de esta estrategia es que, al enfocarse en la satisfacción de todas las partes interesadas, se puede lograr un mayor compromiso y lealtad de parte de los clientes, una mayor motivación y productividad de los empleados, una mejor calidad y costo de los productos y servicios, y una mayor aceptación y apoyo de la comunidad.

Según lo establece Freeman (2018) los directivos de las empresas de alguna manera, siempre se han preocupado por su reputación. Sin embargo, la verdad es que si un comprador no confía en lo que le promete el vendedor no se puede establecer un negocio. Y, de igual manera, si un vendedor cree que el cliente no va a cancelar o a cumplir con su parte del trato, tampoco hay negocio. Si una empresa se forja la reputación de que no cumple con lo acordado, le va a resultar complejo cerrar negocios o ventas. Asimismo, las organizaciones se encargan de diseñar estrategias de información y comunicación direccionadas a su público con el propósito de incrementar el consumo de sus productos, o lograr el cumplimiento de sus objetivos.

La historia de la Provincia de Chimborazo ha estado estrechamente ligada a actividades del sector agrícola, lo que ha hecho que las empresas surgidas de este sector se caractericen por ofertar la más variada producción agropecuaria, las cuales se benefician con la entrega de semillas de trigo, cebada, fréjol y maíz; un centro de acopio de leche y maquinarias agrícolas. (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2019)

Bajo este contexto, es imprescindible emplear la teoría de los stakeholders, en el sector agrícola específicamente en el Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo y a través de estos ajustarse a los cambios de la sociedad actual. En este sentido es necesario que las empresas dedicadas a este sector diseñen estrategias comunicacionales que consideren a los grupos de interés o stakeholders, sus requerimientos, y problemas para dar respuesta o solución y contribuir a la mejora de sus gestiones.

En base al análisis expuesto anteriormente se puede identificar que la problemática en el sector agrícola del Cantón Cumandá reside en que en la actualidad se emplean en forma mínima ventajas competitivas relacionadas a las nuevas tendencias y se mantiene poca responsabilidad compartida con sus stakeholders, lo que limita el desarrollo competitivo con otras organizaciones que se dedican a la agricultura. Las organizaciones están cada vez más implicadas en lograr un comportamiento adecuado hacia la sociedad, no sólo en sus propias actividades, sino también a la hora de afrontar sus responsabilidades hacia los grupos de interés (Guevara et al, (2020) y de esta forma lograr una mayor satisfacción en los clientes o consumidores y mejorar su imagen, lo que favorecería al cumplimiento de las metas u objetivos planteados.

1.2 Formulación del problema

¿De qué manera los Stakeholders inciden en el desarrollo competitivo del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo?

1.3 Objetivos

1.3.1 General

- Determinar la incidencia de los stakeholders en el desarrollo competitivo del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo.

1.3.2 Específicos

- Diagnosticar la situación actual de los stakeholders y el desarrollo competitivo del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo
- Contrastar los stakeholders y el desarrollo competitivo del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo
- Proponer estrategias de stakeholders para mejorar el desarrollo competitivo del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

Según los autores González et al (2021) en un estudio denominado Análisis de los stakeholders como insumo de entrada en el diseño de un plan publicitario, se obtuvo que los grupos de interés o stakeholders pueden ser internos o externos, y se considera que no siempre son considerados en la toma de decisiones de las empresas. Sin embargo, según lo expuesto por los autores es importante para toda organización identificar los stakeholders y hacerlos participes en la empresa como parte del fortalecimiento y la productividad empresarial. Se establece que existen distintas formas de establecer comunicación con las partes o grupos de interés de las empresas, tales como, la radio, el internet, la televisión, la prensa escrita, entre otros medios, además de esto consideran que las empresas deben mantener un mayor compromiso con el crecimiento organizacional y para esto necesitan considerar las necesidades de los stakeholders. Es decir que, al involucrar a los stakeholders como parte de las decisiones en las empresas, estas pueden alcanzar sus objetivos o metas institucionales de mejor manera, logrando un mayor posicionamiento competitivo en el mercado.

En un estudio efectuado por Rojas (2021) denominado Gestión de Stakeholders para la Productividad y Competitividad por Gobiernos Locales, se determinó que existen factores claves como los stakeholders apoyado en la tecnología, los cuales se considera contribuyen de manera positiva al aumento de la productividad y competitividad de las empresas. Los stakeholders o grupos de interés han aportado un valor agregado en el ámbito público, debido a que la gestión de estos desarrolla sus funciones de manera efectiva.

A partir de lo expuesto anteriormente se puede destacar que el estudio de los stakeholders también contribuye al aumento de la productividad en empresas del sector público, por lo que se considera que son imprescindibles en cualquier empresa sin importar su naturaleza, tamaño, sector u otra distinción.

De manera analoga Flores (2019), los grupos de interés externos (los stakeholders) son de vital importancia para el desarrollo competitivo debido a que la correcta adopción de técnicas de mercadeo provoca un incremento en la rentabilidad de las empresas y la implementación de estrategias competitivas marcan una diferencia en el mercado. En el estudio presentado, analizó su incidencia en el desarrollo competitivo del supermercado López, ya que carecía de aplicación de estrategias competitivas dentro de pyme comercial, por ende, planteó una estrategia de fortalecimiento de las relaciones con los grupos de interés externos para contribuir en el desarrollo competitivo del mercado. Los resultados obtenidos permitieron analizar el desempeño de los grupos de interés externos en el supermercado López con la ayuda de los datos estadísticos de las encuestas se planificó una propuesta de capacitación en atención al cliente en conclusión los grupos de interés.

En el trabajo de Olivero et al (2017) el objetivo del estudio realizado fue identificar los stakeholders y examinar su relación con la asociación de agricultores arroceros en el cantón Daule. El propósito era establecer una jerarquía de prioridades e importancia entre los stakeholders identificados. El estudio enfatizó la relevancia de identificar a los stakeholders y los caracterizó según su importancia. También se llevó a cabo una clasificación de los stakeholders pertenecientes a la organización. Una de las conclusiones del estudio fue la valorización cuantitativa de un atributo, lo que permitió determinar la importancia de los diferentes actores que pueden colaborar o amenazar, dándole prioridad a aquellos que poseían el mayor número de atributos con mayor intensidad para mejorar su competitividad.

Carrión (2019) estudia cómo las empresas pueden obtener beneficios competitivos al desarrollar capacidades intangibles mediante la colaboración de los stakeholders y una gestión estratégica de estas capacidades. El autor se apoya en la teoría de la Responsabilidad Social Corporativa y los stakeholders, y en el concepto de competitividad, y propone un modelo que analiza la relación entre los stakeholders y el desarrollo competitivo. Este modelo pretende alinear los intereses de los stakeholders con las metas estratégicas del negocio, y evalúa los elementos intangibles que se generan de la interacción entre la empresa y los stakeholders. Estos elementos representan un potencial competitivo, ya que aportan al capital intelectual de la compañía, creando y sosteniendo ventajas competitivas que a su vez refuerzan la posición de la empresa en el mercado. La aplicación de esta evaluación en las empresas de la provincia de El Oro sirve para determinar el nivel actual de importancia e impacto estratégico de los principales grupos de stakeholders, así como para reconocer oportunidades aún no explotadas. Los resultados obtenidos muestran que, en varios casos, la relevancia lograda por los stakeholders influye y configura la estrategia de las empresas. No obstante, también indican la existencia de oportunidades muy relevantes que aún no han sido utilizadas en el ámbito de la estrategia competitiva basada en los stakeholders.

El objetivo del proyecto de Coello y Sánchez (2019) fue diseñar un Modelo de Relaciones Colaborativas entre Stakeholders y MiPymes de la provincia de los Ríos para la exportación de productos del sector agrícola, buscando establecer una relación de confianza y cooperación con los pequeños agricultores que les permita acceder a nuevos mercados internacionales. Para ello, se realizó una investigación de tipo descriptiva y exploratoria, utilizando las técnicas de encuesta a los habitantes de Los Ríos y entrevista a experto en el área, con el fin de recabar información sobre las características, necesidades y expectativas de los actores involucrados. Los resultados obtenidos permitieron desarrollar el Modelo, que consiste en una propuesta de gestión estratégica basada en los stakeholders, que busca alinear los intereses de los diferentes grupos de interés con los objetivos del negocio, y generar valor compartido a través de la innovación, la calidad y la responsabilidad social. El Modelo pretende contribuir al desarrollo económico y social de la provincia de Los Ríos, al fomentar la competitividad y la sostenibilidad de las MiPymes del sector agrícola.

La finalidad de la investigación de Guamán et al. (2020) fue estudiar el efecto de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el sector bananero desde el punto de vista de los stakeholders, es decir, los grupos de interés que se ven afectados o influyen en las actividades o desarrollo competitivo de las empresas. Para realizar el estudio, utilizaron métodos tanto bibliográficos como de campo, que permiten recabar información teórica y práctica sobre el tema. En el ámbito de campo, se trabajó directamente con las plantaciones bananeras ubicadas en la costa ecuatoriana, lo que facilita establecer un contacto directo con el objeto de estudio y sus principales actores, tales como productores, trabajadores, proveedores, clientes, comunidades y autoridades. Se seleccionaron de manera intencional 110 empresas productoras de banano como muestra, representativas del sector. Se diseñó un cuestionario que abarca ocho factores relacionados con los stakeholders, en línea con las normas ISO 26000 y los principios de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), que son: gobernabilidad organizacional, derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores, participación activa y desarrollo de la comunidad. Los resultados obtenidos indican que en el sector bananero aún existe un vacío en cuanto a la implementación de la RSE, así como en la gestión de residuos que tiene un impacto directo en el medio ambiente, lo que implica una oportunidad de mejora para las empresas y una mayor responsabilidad con los stakeholders.

2.2 Stakeholders

Respecto surgimiento de la investigación de participación de las partes interesadas (Stakeholders), aunque algunas nociones tempranas de compromiso con las partes interesadas aparecieron en la década de 1990, el compromiso de estas como una construcción comenzó a ganar prominencia en la literatura de las partes interesadas a principios de la década de 2000. El constructo se introdujo para hacer una distinción entre la "gestión unilateral de los stakeholders" y para delinear entre "mejorar el valor de los accionistas" y "involucrar a las partes interesadas para la creación de valor a largo plazo". Desde entonces, académicos y profesionales han utilizado el constructo compromiso de las partes interesadas para referirse a varios procesos y estrategias que las empresas y otras organizaciones implementan en sus relaciones con las partes interesadas (Choudhury, 2020).

La mayoría de los investigadores de negocios y sociedad, así como de administración y estrategia, basan la investigación sobre el compromiso de las partes interesadas en la teoría de los stakeholders. Dicha teoría coloca a las partes interesadas en el centro del pensamiento estratégico y posiciona las relaciones con las partes interesadas como un foco de análisis. La investigación sobre el compromiso de las partes interesadas es un continuo natural para la teoría en mención. Por lo general, esta línea de investigación aplica el constructo de participación de las partes interesadas para hacer operativa la teoría de los stakeholders (Johnson et al.,2022).

La investigación ha utilizado el constructo de participación de las partes interesadas para explorar numerosos temas. La superposición de las literaturas de negocios y sociedad y

de gestión y estrategia es evidente, ya que las literaturas de ambas disciplinas se centran en temas similares. Los temas focales ejemplares incluyen la relación entre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y el compromiso de las partes interesadas, la dimensión moral del compromiso de los stakeholders, la legitimidad organizacional. Más recientemente, los investigadores han prestado cada vez más atención a la innovación y al emprendimiento. Los diversos temas relacionados con distintos antecedentes teóricos revelan la riqueza y fragmentación de la investigación sobre participación de las partes interesadas (Martínez & Vega, 2023).

Si bien las literaturas de negocios y sociedad y administración y estrategia comparten muchas similitudes, algunas características distintivas son dignas de mención. La perspectiva instrumental del compromiso de las partes interesadas ha atraído una atención notable en la literatura de gestión y estrategia. Los investigadores, por ejemplo, han explicado los vínculos entre la participación de las partes interesadas y el desempeño financiero de la empresa, sin embargo, el vínculo se ha mantenido. también se ha abordado en la literatura sobre negocios y sociedad (Palacios, 2022).

Además, una discusión de investigación un tanto distinta que se centra en la participación de las partes interesadas en relación con la responsabilidad social empresarial y la contabilidad y los informes de sostenibilidad ha surgido principalmente en la literatura empresarial y social. Los investigadores han utilizado la participación de las partes interesadas para comprender cómo varios actores pueden participar en los procesos de presentación de informes, contabilidad y rendición de cuentas. La participación de las partes interesadas en la contabilidad se ha convertido en un área distinta de investigación en la que algunos autores hacen conexiones explícitas con la teoría de las partes interesadas, y la investigación posterior utiliza las construcciones proporcionadas. por estos autores sin repetir las conexiones con la teoría de las partes interesadas o la investigación sobre la participación de las partes interesadas. Esto marca una característica típica de la investigación de participación de las partes interesadas; a medida que el constructo se convierte en parte de una discusión de investigación, puede separarse parcialmente de sus orígenes en la teoría de las partes interesadas y convertirse en un tema propio (González et al.,2022).

A lo largo del tiempo, se han efectuado diversos acontecimientos los cuales han cambiado la forma en la cual se relaciona la empresa y la sociedad. El termino stakeholders apareció por primera vez en el año 1963, en un memorándum interno del Instituto de investigación de Stanford, el cual se definió como “grupos sin cuyo apoyo la organización dejaría de existir” esta definición incluye a los accionistas, colaboradores, clientes, proveedores, prestamistas y la sociedad en general. (Freeman E. , 1984)

Este término está compuesto por palabras cuyo origen es el vocablo stakeholders o stakeholders (accionista), el cual tiene una acción o participación en la empresa. De esta

manera el juego de palabras de la unión de los términos stake (interés) y holder (poseedor), se forma el término stakeholders, que no, es más que aquel que posee interés con la empresa.

El concepto de los stakeholders muestra un nuevo esquema de empresa que tiene en consideración a todas las partes interesadas o vinculadas de alguna manera con la organización. Por ello, pasamos a un nuevo modelo de empresa complejo, basado en equilibrio y relaciones entre la empresa y sus stakeholders. (Barrio & Enrique, 2018)

En la actualidad es necesario considerar a los “stakeholders” en un sentido amplio debido a la incidencia de cada uno de ellos en las estrategias del sector empresarial. En definitiva, la organización ha pasado de considerar a los “stakeholders” de los que necesita para sobrevivir a considerar a todos aquellos que tienen algún interés o se sienten afectados por aquella, dado que la necesidad del alcance conjunto de todos los intereses es necesario en el desarrollo y control de las estrategias de los sectores empresariales, buscando para ello el equilibrio oportuno entre los de todos los anteriores (Guzmán, 2015)

La participación de un accionista está vinculada de forma única al éxito de la empresa y tendría un efecto positivo en la rentabilidad de la empresa (Freeman R. , 2020), y es necesario considerar los siguientes aspectos:

- Tener en cuenta los efectos de tus acciones en los demás, así como sus posibles efectos en sí mismo.
- Dar significado a lo que se tiene y entender los comportamientos, valores y antecedentes/contextos de las partes interesadas, incluido el contexto social.
- Servir de respuesta a la pregunta "¿qué se defiende?" o estrategia empresarial.
- Comprender el cómo funcionan las relaciones con las partes interesadas en tres niveles de análisis: el Racional, o "la organización en su conjunto"; el Procesual, o los procedimientos operativos estándar; y el Transaccional, o la negociación diaria.
- Aplicar estas ideas para pensar nuevas estructuras, procesos y funciones empresariales y sobre todo podemos replantearnos cómo funciona el proceso de planificación estratégica para tener en cuenta a las partes interesadas.
- Los intereses de las partes interesadas deben equilibrarse a lo largo del tiempo.

2.2.1 Importancia de los stakeholders

Los stakeholders pueden ejercer influencia y tener poder sobre la empresa. Esto puede manifestarse a través de la toma de decisiones, la presión, las demandas o la capacidad de afectar la reputación y las operaciones de la organización. Reconocer y gestionar adecuadamente las expectativas y necesidades de los stakeholders puede ayudar a evitar conflictos y mantener relaciones positivas. Además, pueden influir en la sostenibilidad y legitimidad de una empresa. Mantener buenas relaciones con los stakeholders puede contribuir a generar confianza, apoyo y respaldo en el largo plazo. Las empresas que se preocupan por los intereses de sus stakeholders tienen más posibilidades de mantener una reputación sólida y una posición sostenible en el mercado (Contreras, Talero, & Escobar, 2020)

Algunos pueden proporcionar información valiosa sobre riesgos y oportunidades. Al interactuar con los stakeholders, las empresas pueden obtener conocimientos sobre las expectativas del mercado, las tendencias del sector, los cambios regulatorios, los riesgos ambientales y sociales, entre otros factores que pueden influir en el desempeño y la dirección estratégica. Esto ayuda a la empresa a adaptarse y aprovechar oportunidades o mitigar riesgos potenciales. Estos son cada vez más conscientes y exigentes en cuanto a las prácticas de responsabilidad social y sostenibilidad de las empresas. Las organizaciones que consideran las preocupaciones de los stakeholders y actúan de manera ética y sostenible son más propensas a ganar el apoyo y la preferencia de los consumidores, inversores y comunidades.

Los stakeholders pueden ofrecer una ventaja competitiva a través de colaboraciones, asociaciones estratégicas y retroalimentación. La participación de los stakeholders puede generar ideas innovadoras, impulsar la mejora continua, abrir nuevos mercados o fortalecer la posición competitiva en el mercado (De Freitas et al.,2020).

2.2.2 Categoría interna de los stakeholders

La categoría interna de los stakeholders se refiere a aquellos grupos o individuos que forman parte de la organización o empresa misma. Estos stakeholders internos tienen un interés directo en las actividades y el funcionamiento de la entidad, ya que están involucrados en su gestión y operaciones diarias (Barakat, Parente, & Sarturi, 2020). Algunos ejemplos comunes de stakeholders internos son:

Empleados: Los empleados son uno de los stakeholders internos más importantes. Incluyen a todos los niveles de la organización, desde el personal operativo hasta los gerentes y ejecutivos. Los empleados tienen un interés directo en el éxito y la estabilidad de la empresa, ya que su empleo, salario y oportunidades de crecimiento dependen de ello.

Directivos y ejecutivos: Los directivos y ejecutivos de la empresa son también stakeholders internos. Su rol es la toma de decisiones estratégicas y la supervisión del desempeño general de la organización. Su interés radica en el éxito y la rentabilidad de la empresa, así como en el logro de los objetivos establecidos.

Accionistas: Los accionistas son los propietarios de la empresa y tienen un interés directo en la rentabilidad y el crecimiento de la organización. Su inversión se refleja en el valor de las acciones y en los dividendos que puedan recibir. Los accionistas a menudo tienen influencia en las decisiones importantes de la empresa a través de su derecho a voto en la junta de accionistas.

Junta Directiva: La junta directiva, compuesta por un grupo de individuos designados o elegidos, tiene la responsabilidad de supervisar y tomar decisiones estratégicas en nombre de los accionistas. Los miembros de la junta directiva son stakeholders internos que velan por los intereses de los accionistas y la gestión adecuada de la empresa.

Estos son solo algunos ejemplos de stakeholders internos comunes en una organización. Sin embargo, la categoría de stakeholders internos puede variar según la naturaleza y el tamaño de la empresa. Cada organización puede tener sus propias categorías de stakeholders internos en función de su estructura y necesidades específicas.

2.2.3 Categoría externa de los stakeholders

La categoría externa de los stakeholders se refiere a aquellos grupos o individuos que tienen un interés o influencia en la organización o empresa, pero no forman parte directamente de ella. Estos pueden tener diferentes niveles de interés y pueden ser afectados por las actividades y decisiones de la organización (Avilés & Salessi, 2019). Algunos ejemplos comunes de stakeholders externos son:

Clientes: Los clientes son stakeholders externos fundamentales para cualquier empresa. Tienen un interés directo en los productos, servicios y experiencia que ofrece la organización. Los clientes pueden influir en el éxito de la empresa a través de su elección de compra, su satisfacción y su lealtad.

Proveedores: Los proveedores son stakeholders externos que suministran productos, materias primas, servicios o recursos necesarios para el funcionamiento de la organización. Los proveedores pueden tener un impacto significativo en la calidad, el costo y la disponibilidad de los insumos de la empresa.

Competidores: Los competidores son stakeholders externos que operan en el mismo mercado o sector y compiten por los mismos clientes y recursos. Sus acciones y estrategias pueden afectar directamente la posición competitiva y la rentabilidad de la organización.

Comunidad local: La comunidad local en la que opera la organización también es un stakeholder externo importante. Puede incluir residentes, grupos comunitarios y organizaciones sin fines de lucro. La organización puede tener impactos en la comunidad local en términos de empleo, medio ambiente, responsabilidad social y desarrollo económico.

Gobierno y reguladores: El gobierno y los organismos reguladores representan stakeholders externos que establecen leyes, regulaciones y políticas que afectan a la organización. Estos stakeholders pueden tener poder e influencia sobre las operaciones y decisiones de la empresa, y pueden imponer sanciones o requisitos específicos.

Medios de comunicación: Los medios de comunicación son stakeholders externos que pueden tener un impacto significativo en la imagen y reputación de la organización. Su cobertura y percepción de las actividades y acciones de la empresa pueden influir en la confianza de los clientes, inversores y otros stakeholders.

La categoría de stakeholders externos puede variar según la industria, el contexto y las circunstancias específicas de la organización. Es importante identificar y gestionar

adecuadamente los intereses y expectativas de los stakeholders externos para establecer relaciones sólidas y sostenibles con ellos.

2.2.4 Influencia de stakeholders en sector Agrícola

En el sector agrícola, los stakeholders tienen una influencia significativa debido a su relación con la producción, distribución y consumo de productos agrícolas. Los agricultores son uno de los principales stakeholders en el sector agrícola. Su influencia radica en la producción de cultivos y criaderos de animales. Sus decisiones sobre qué cultivar, qué técnicas agrícolas utilizar y cómo administrar sus tierras pueden afectar la oferta y calidad de los productos agrícolas. Los proveedores de insumos agrícolas, como semillas, fertilizantes, pesticidas y maquinaria, también son stakeholders importantes. Su influencia se deriva de la disponibilidad, calidad y precio de los insumos que ofrecen, lo cual puede impactar directamente la productividad y rentabilidad de los agricultores. En relación con los consumidores juegan un papel fundamental en la influencia del sector agrícola. Sus preferencias, demandas y cambios en los patrones de consumo afectan la demanda de productos agrícolas. Por ejemplo, la creciente demanda de alimentos orgánicos o de origen local ha llevado a cambios en las prácticas agrícolas y a la adopción de certificaciones específicas (Daza & Acevedo, 2019).

Los gobiernos y las entidades reguladoras tienen un impacto significativo en el sector agrícola a través de políticas, regulaciones y legislaciones. Estos stakeholders pueden influir en áreas como la seguridad alimentaria, el uso de tierras, la protección del medio ambiente, los estándares de calidad y la gestión de riesgos agrícolas. Organizaciones no gubernamentales (ONG) y grupos de interés: Las ONG y otros grupos de interés desempeñan un papel importante en la influencia del sector agrícola en términos de sostenibilidad, prácticas agrícolas responsables, protección del medio ambiente y derechos de los trabajadores agrícolas. Estos stakeholders pueden presionar por cambios en las prácticas agrícolas y promover la adopción de estándares más elevados.

Comercio y distribución: Los intermediarios y empresas de comercio y distribución también tienen influencia en el sector agrícola. Su capacidad para conectar a los agricultores con los mercados, establecer precios y determinar los canales de distribución puede tener un impacto directo en la rentabilidad y éxito de los agricultores (Gómez, Galeano, & Bejarano, 2020)

2.3 Desarrollo Competitivo

El término competitividad no es un tema nuevo en la sociedad, su inicio se remonta a los orígenes de la humanidad, cuando el ser humano buscaba producir algo distinto y mejor que su competencia, enfocándose en herramientas como la innovación y la creatividad con el propósito de obtener la aceptación y promover el deseo de compra por parte de los consumidores de la época. Diaz et al (2020)

Según el autor Levy (2019) el concepto de desarrollo competitivo posee varios matices según el tipo de empresa al que se enfoque. Para las empresas, la competitividad es un proceso de innovación sistemática que se emplea para conseguir objetivos económicos y mantener estos logros a través del tiempo. El mantener este valor económico depende de la capacidad de incrementar el valor en el tiempo. Básicamente, el desarrollo competitivo une cinco elementos claves de una empresa los cuales son:

- Estrategia
- Cultura
- Recursos
- Gestión
- Mercados

Todos estos elementos sirven para lograr crear valor patrimonial y rentabilidad, crecimiento y desarrollo sostenido, lealtad y retención de la demanda y gente comprometida, integrada, alineada y de alto nivel de vocación y desempeño. La competitividad empresarial puede ser comprendida de distintas maneras; pero, en general, hace referencia a un conjunto de herramientas que, combinadas entre sí, facilitan liderar el mercado y vencer a los competidores del medio. Según (Porter, 2017) la importancia del desarrollo competitivo radica en el aumento de la productividad a través del uso de recursos, ya que, al saber administrarlos de manera óptima, permite, además, estar siempre prestos a responder con rapidez a las necesidades del mercado.

De acuerdo con Porter (2017) , la ventaja competitiva es “una función de proporcionar un valor comparable al comprador de manera más eficiente que los competidores (bajo costo), o realizar actividades a un costo comparable, pero en formas únicas que crean más valor para el comprador que los competidores y, por lo tanto, controlan un precio premium (diferenciación)”¹. En otras palabras, la ventaja competitiva es la capacidad de ofrecer algo diferente y de valor superior a los clientes que los rivales en la misma industria o mercado.

Hay dos tipos principales de ventaja competitiva: ventaja comparativa y ventaja diferencial. La ventaja comparativa es la capacidad de producir algo de manera más eficiente que los competidores, lo que conduce a mayores márgenes de beneficio. La ventaja diferencial es la capacidad de producir algo que los clientes perciben como único y de mayor calidad, lo que conduce a una mayor lealtad del cliente y disposición a pagar (Tamayo et al., 2020).

La competitividad se muestra como producto de la rivalidad constante entre las empresas del medio y se consigue a través de un proceso de gestión dinámico entre la industria y sus grupos de interés - clientes, proveedores, directivos, acreedores, competidores del mercado - con la finalidad de mostrarse ante la sociedad como una empresa capaz de satisfacer las necesidades de sus consumidores mejor que la competencia. La ventaja competitiva es un término que se refiere a la capacidad de una empresa para producir bienes

o servicios mejores o más baratos que sus competidores. Es un factor clave para alcanzar el éxito en el mercado y crear valor para la compañía y sus accionistas. La ventaja competitiva se puede derivar de varias fuentes, como la estructura de costos, la marca, la calidad, la red de distribución, la propiedad intelectual, el servicio al cliente, la innovación y más. El propósito de este informe es explicar qué es la ventaja competitiva, qué funciones tiene en las empresas, qué beneficios conlleva, cuáles son las causas de no generar ventaja competitiva y cuáles son algunos ejemplos de empresas que han logrado o perdido ventaja competitiva (Galvis, 2019).

La ventaja competitiva tiene varias funciones en las empresas, tales como:

- **Mejorar el rendimiento:** la ventaja competitiva permite que una empresa logre mayores ventas, ganancias, participación de mercado, crecimiento y retorno de la inversión que sus competidores. También permite a una empresa reducir costos, riesgos y desperdicios (Muñoz, 2020).
- **Creación de valor:** La ventaja competitiva crea valor para la empresa y sus accionistas al aumentar la renta económica o la diferencia entre el valor creado y el costo incurrido. También crea valor para los clientes al satisfacer sus necesidades y preferencias mejor que las alternativas (Pérez et al 2019).
- **Construir reputación:** la ventaja competitiva construye la reputación de la empresa al establecer su imagen de marca, reconocimiento y lealtad entre los clientes, proveedores, socios, empleados y otras partes interesadas. También ayuda a una empresa a atraer y retener talento, capital y recursos (Gómez et al.,2021).
- **Mantener el éxito:** la ventaja competitiva sustenta el éxito de la empresa al crear una barrera de entrada o un foso protector que impide o desalienta a los competidores potenciales de ingresar o desafiar su posición en el mercado. También ayuda a una empresa a adaptarse e innovar en respuesta a las demandas cambiantes de los clientes y las condiciones ambientales (Mazzei, 2022).

La ventaja competitiva aumenta la satisfacción del cliente al brindar calidad, servicio, conveniencia, variedad, personalización u otros atributos que son importantes para ellos. También aumenta la retención y lealtad de los clientes al crear costos de cambio o efectos de bloqueo que dificultan o encarecen el cambio a otros proveedores. Además, proporciona a la empresa una ventaja sobre sus rivales al permitirle diferenciarse de ellos y obtener una mayor participación en el mercado. También permite que una empresa cobre precios más altos o costos más bajos que sus competidores y aumente su rentabilidad (Cevallos et al 2020).

Cabe mencionar que la ventaja competitiva fomenta el potencial de innovación al alentar a una empresa a invertir en investigación y desarrollo (I+D), desarrollo de nuevos productos (NPD), mejora de procesos (PI) u otras actividades que pueden mejorar sus capacidades y ofertas. También permite que una empresa aproveche sus competencias básicas o capacidades distintivas que le otorgan una ventaja en ciertas áreas o dominios. Generando en la mejora del posicionamiento estratégico al alinear las fortalezas de una

empresa con las oportunidades en el mercado. También ayuda a una empresa a evitar o superar las amenazas o desafíos que plantean sus competidores o fuerzas externas (Suarez et al 2021).

2.4 Rentabilidad

La rentabilidad se refiere a la medida o indicador de la ganancia o beneficio obtenido como resultado de una inversión, proyecto o actividad económica. Es una medida clave para evaluar la eficiencia y el rendimiento de una inversión y determinar si los resultados obtenidos son favorables o no. En el contexto de los stakeholders (partes interesadas), la rentabilidad se refiere a la ganancia o beneficio que obtiene una parte interesada en una empresa o proyecto en el que tiene una relación o interés. Los stakeholders pueden ser individuos, grupos, organizaciones o cualquier entidad que tenga algún tipo de interés, influencia o participación en una empresa o proyecto (Arebalo, Tapia, & Cordero, 2021)

La rentabilidad de un stakeholder se calcula generalmente comparando los beneficios o ganancias obtenidos con el capital invertido o los recursos aportados. La rentabilidad puede expresarse en términos de porcentaje o como una cifra absoluta. Es importante destacar que los stakeholders pueden tener diferentes objetivos e intereses, por lo que la rentabilidad puede ser evaluada desde diversas perspectivas. Por ejemplo, los accionistas de una empresa pueden estar interesados en la rentabilidad de sus inversiones a través de dividendos o incremento del valor de las acciones, mientras que los empleados pueden estar interesados en la rentabilidad en términos de compensación salarial o beneficios laborales. La rentabilidad de un stakeholder se refiere a la ganancia o beneficio que obtiene una parte interesada en una empresa o proyecto, y es un indicador clave para evaluar el éxito y la eficiencia de dicha relación o inversión (Bermeo, Ortiz, & Carpio, 2021)

2.5 Crecimiento de la cuota de mercado

El crecimiento de la cuota de mercado se refiere al aumento porcentual en la participación o porción que una empresa o marca tiene en el mercado total en comparación con sus competidores. Representa el incremento en la proporción de ventas, ingresos o unidades vendidas que una empresa ha logrado capturar en relación con el mercado en general (Calderón, Soledispa, & Poveda, 2021)

El crecimiento de la cuota de mercado es un objetivo importante para muchas empresas, ya que se considera un indicador de éxito y competitividad. A medida que una empresa aumenta su cuota de mercado, obtiene una posición más sólida y una mayor influencia en la industria. Esto puede llevar a beneficios como mayores ingresos, economías de escala, mayor poder de negociación con proveedores y distribuidores, y una mayor capacidad para invertir en investigación y desarrollo, marketing y expansión.

El crecimiento de la cuota de mercado puede lograrse mediante diferentes estrategias, como la adquisición de nuevos clientes, la retención y fidelización de los clientes existentes, la penetración en nuevos segmentos de mercado, la diferenciación de productos o servicios, la expansión geográfica, entre otros enfoques. Estas estrategias pueden implicar la

implementación de campañas de marketing efectivas, mejoras en la calidad y el rendimiento del producto, una atención al cliente excepcional y una oferta de valor única en comparación con los competidores.

Es importante tener en cuenta que el crecimiento de la cuota de mercado no se limita a un aumento absoluto en las ventas o los ingresos, sino que se mide en relación con el crecimiento del mercado en su conjunto. Por lo tanto, una empresa puede experimentar un crecimiento de la cuota de mercado incluso si sus ventas absolutas no aumentan, siempre y cuando su participación en el mercado sea mayor en comparación con sus competido. Además, aclarar que la cuota de mercado se refiere a la participación o porcentaje de ventas de una empresa o producto en relación con el total del mercado en el que opera. Por lo tanto, hablar de tipos de crecimiento de la cuota de mercado en relación con los stakeholders puede no ser preciso, ya que los stakeholders no están directamente involucrados en el crecimiento de la cuota de mercado en sí. Sin embargo, los stakeholders pueden tener un interés en el crecimiento y el desempeño de la empresa en relación con su cuota de mercado (Martínez, Lázaro, & Espinoza, 2021)

2.6 Innovación

La innovación en relación con los stakeholders se refiere a la creación e implementación de nuevas ideas, métodos, productos, servicios o prácticas que generen valor para los diferentes grupos de interés o stakeholders de una organización (Echeverría, 2020).

La innovación puede manifestarse de diversas formas en relación con los stakeholders. Algunos ejemplos incluyen:

- **Innovación centrada en el cliente:** Consiste en desarrollar nuevos productos o servicios que satisfagan mejor las necesidades y deseos de los clientes. Esto puede implicar la introducción de características innovadoras, mejoras en la experiencia del cliente o la creación de soluciones personalizadas.
- **Innovación en la cadena de suministro:** Implica la implementación de cambios y mejoras en los procesos de abastecimiento y logística para optimizar la relación con los proveedores. Esto puede incluir la adopción de tecnologías avanzadas, la reducción de costos, la mejora de la calidad y la creación de cadenas de suministro más sostenibles.
- **Innovación en la gestión de recursos humanos:** Se refiere a la adopción de prácticas innovadoras en la gestión del talento y las relaciones laborales. Esto puede incluir programas de capacitación y desarrollo, esquemas de compensación y beneficios innovadores, políticas de conciliación laboral, entre otros.
- **Innovación social y comunitaria:** Se enfoca en generar impacto social positivo en las comunidades en las que opera la organización. Esto puede implicar la implementación de programas de responsabilidad social corporativa,

colaboraciones con organizaciones sin fines de lucro, inversiones en proyectos comunitarios o prácticas de empleo inclusivas.

La innovación en relación con los stakeholders busca no solo generar beneficios económicos para la organización, sino también mejorar las relaciones con los diferentes grupos de interés y contribuir al desarrollo sostenible. Al involucrar a los stakeholders en el proceso de innovación, se pueden obtener ideas frescas, retroalimentación y colaboración, lo que permite generar soluciones más efectivas y alineadas con las necesidades y expectativas de los involucrados.

2.6.1 Innovación en el sector agrícola

Los stakeholders en el sector agrícola desempeñan un papel crucial en la innovación, ya que pueden contribuir con ideas, recursos y apoyo para impulsar el desarrollo de nuevas soluciones y prácticas. Los propios agricultores son actores clave en la innovación agrícola. Pueden adoptar nuevas tecnologías y prácticas agrícolas, experimentar con enfoques innovadores y compartir sus experiencias y conocimientos con otros agricultores. Su participación en la adopción de innovaciones contribuye al desarrollo y la difusión de mejores prácticas en el sector. Las empresas de tecnología agrícola y los proveedores de insumos desempeñan un papel importante en la innovación. Estos stakeholders desarrollan y ofrecen nuevas tecnologías, productos y servicios que mejoran la eficiencia, la productividad y la sostenibilidad en la agricultura. Además, colaboran con los agricultores para adaptar sus soluciones a las necesidades y desafíos específicos del sector agrícola (Achuri, 2023).

Las instituciones de investigación agrícola, universidades y centros educativos tienen un papel fundamental en la innovación del sector agrícola. Realizan investigaciones, estudios y ensayos para desarrollar nuevas variedades de cultivos, prácticas agrícolas sostenibles, sistemas de manejo de plagas y enfermedades, entre otros aspectos. Además, ofrecen capacitación y programas educativos para difundir el conocimiento y promover la adopción de innovaciones en el sector agrícola. Organismos gubernamentales y agencias de financiamiento: Los gobiernos y las agencias de financiamiento pueden fomentar la innovación en el sector agrícola a través de programas de investigación, incentivos fiscales, subvenciones y préstamos. Estos stakeholders pueden apoyar el desarrollo de proyectos de innovación, promover la transferencia de tecnología y establecer políticas y regulaciones favorables para la adopción de prácticas innovadoras en la agricultura. Los consumidores cada vez más demandan alimentos seguros, nutritivos y sostenibles. Su influencia puede impulsar la innovación en el sector agrícola, ya que las empresas y los agricultores buscan satisfacer estas demandas a través de prácticas agrícolas responsables y la producción de alimentos innovadores. Los grupos de interés, como organizaciones ambientales y defensores de la agricultura sostenible, también pueden impulsar la innovación al promover la adopción de prácticas más sostenibles y responsables (Montoya, Zazueta, & Ramírez, 2022)

CAPÍTULO III. METODOLOGIA

3.1 Método de Investigación

Para el desarrollo de la presente investigación se empleó el método hipotético-deductivo el cual nos permitió abordar y examinar la hipótesis, los stakeholders inciden en el desarrollo competitivo del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo.

El método hipotético deductivo es un enfoque de la investigación científica que parte de una teoría sobre el funcionamiento de las cosas y deriva de ella hipótesis comprobables. Es una forma de razonamiento deductivo, ya que parte de principios y permite probar las hipótesis mediante la recogida y el análisis de datos, y los resultados apoyan o refutan la teoría (Consultores, 2022)

Pasos del método:

Observación de Fenómeno a Estudiar. - Se recogió todos los datos e información necesaria acerca del fenómeno en este caso los stakeholders y el desarrollo competitivo del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo.

Elaboración de Hipótesis. – Para el desarrollo de la presente investigación se tomó en consideración las dos hipótesis probabilísticas, la cual explicó el fenómeno sujeto a estudio.

Deducción de consecuencias. – Mediante la recolección teórica y el análisis de los datos obtenidos mediante encuestas en el desarrollo del presente trabajo de investigación se aprobó la hipótesis planteada.

Experimentación. – Se analizó y sometió a prueba la hipótesis.

Refutación o verificación. – Se aprueba o niega la hipótesis

3.2 Tipo de Investigación

3.2.1 Investigación descriptiva

Según el autor Galarza (2020) en este alcance de la investigación, ya se conocen las particularidades del fenómeno y lo que se pretende buscar es exponer su presencia en un determinado grupo humano en este caso, constituye la identificación y descripción de los stakeholders que contribuyen en el desarrollo competitivo del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia del Chimborazo.

3.2.2 Investigación bibliográfica

Se utilizó este tipo de investigación para la construcción del marco teórico, con la ayuda de libros y artículos científicos.

3.2.3 Investigación de campo

Se aplicó encuestas a las personas relacionadas con el tema de estudio y también a los diferentes grupos de interés que se vinculan de una u otra manera, para lograr el cumplimiento de los objetivos planteados en la presente investigación.

3.3 Hipótesis

Según Westreicher (2020) se define a la hipótesis de la siguiente manera: “Es una proposición que aún no ha sido corroborada y a partir de la cual se puede desarrollar una investigación”.

H₁. –Los stakeholders inciden en el desarrollo competitivo del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo.

H₀. - Los stakeholders no inciden en el desarrollo competitivo del sector agrícola en el Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo.

3.4 Técnicas

Las técnicas de investigación están compuestas por un conjunto de procedimientos organizados sistemáticamente que ubican al investigador en la tarea de profundizar en el conocimiento y en el planteamiento de nuevas líneas de investigación. Pueden ser implementadas en cualquier rama del conocimiento que busque la lógica y la comprensión del conocimiento científico de los hechos y acontecimientos que nos rodean. (Maya, 2014)

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicó la siguiente técnica de recolección de datos:

3.4.1 Encuesta

Esta técnica permitió la recolección de información a través de cuestionarios aplicados al sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo, con el propósito de recopilar la mayor cantidad de información de la situación actual del tema sujeto a estudio.

3.5 Instrumentos

Los instrumentos de investigación válidos y confiables son indispensables para ejecutar cualquier estudio que represente una población. La encuesta es uno de los métodos más empleados y que se lleva a cabo a través de un instrumento llamado cuestionario, está enfocado solamente a personas y suministra información sobre sus opiniones, conductas o percepciones. (Arias J. L., 2021)

3.5.1 Cuestionario de encuesta.

El presente trabajo de investigación consta de un cuestionario con preguntas que ayudaron a recopilar la información necesaria para el trabajo de investigación.

3.6 Diseño de la Investigación

En el presente trabajo de investigación se utilizó un diseño de la investigación no experimental, ya que las variables no serán manipuladas deliberadamente.

La investigación no experimental trata de estudios en los que no se hace variar en forma intencional las variables, es decir el investigador no participa de manera directa o

altera el propósito de investigación. Lo que se realiza en la investigación no experimental es observar o medir fenómenos y variables que se den en el contexto natural, para luego analizarlas. (Hernández & Mendoza, 2020)

3.7 Población y Muestra

3.7.1 Población

Según Arias et al (2016) La población de estudio “es un conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra, y que cumple con una serie de criterios predeterminados”.

El dato de la población a considerar parte de la información proporcionada por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), por ende, la población de estudio está conformada por 4 asociaciones agropecuarias agrícolas con un total de 76 socios dedicados a la rama económica de la agricultura, tal como se presenta en la siguiente tabla.

Tabla 1

Tamaño poblacional de las asociaciones del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo

Nombre de la asociación	Unidad de Observación	N° de socios
Producción agropecuaria Cumandá	Productores de cacao	22
Mujeres Madre Teresa de Calcuta	Productores de pulpa de fruta	16
Mujeres Campesinas Productoras de Suncamal	Productores de panela	14
Productores agropecuarios Sector Suncamal	Centro de mecanización	24
TOTAL		76

Fuente: Información Propia

Elaborado Por: Loza, E (2023)

3.7.2 Muestra

Debido a que la población es pequeña, no se calculó el tamaño de la muestra, a su causa se trabajó con el universo, se entrevistó a las 76 personas dedicadas al sector agrícola.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Verificación del supuesto de normalidad de datos.

Se utilizó la prueba de Kolmogorov-Smirnov para verificar la normalidad de los datos, ya que la muestra supera las 50 observaciones. La normalidad se asume si los valores de la variable aleatoria muestran una distribución normal en la población a la que corresponde la muestra.

En la tabla 2 se observa que los datos de las variables a comprobar no siguen una distribución normal, evidenciado por el valor de $p < 0.05$ para todas las variables. Debido a estos resultados, se optó por aplicar pruebas no paramétricas, como la prueba de Chi cuadrado, para las hipótesis en cuestión.

Tabla 2

Prueba de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Nivel de educación	,470	76	,000
Satisfacción de trabajo	,540	76	,000
Dir.obejtivos	,492	76	,000
Rotación de actividades	,401	76	,000
Sastisfacción de clientes	,426	76	,000
Desempeño de proveedores	,425	76	,000
Nivel de competencia	,380	76	,000
Consideración de grupos de interés	,485	76	,000
Grupos de interés-toma de decisiones	,396	76	,000
Nivel de satisfacción	,341	76	,000
Operación eficiente	,438	76	,000
Metas de rentabilidad	,501	76	,000
Cobertura de mercado	,503	76	,000
Tasa de crecimiento	,436	76	,000
Porcentaje-inverciones	,421	76	,000
Stakeholders-nivel de producción	,449	76	,000
Proyectos de innovación	,391	76	,000
Satisfacción	,417	76	,000

Fuente: Elaboración propia

Elaborador por: Loza, E (2023)

4.2 Análisis de fiabilidad

El alfa de Cronbach es una medida de confiabilidad utilizada en la investigación y la psicometría para evaluar la consistencia interna de un conjunto de ítems o preguntas en una

escala de medición. En otras palabras, mide cuán bien los ítems relacionados en una prueba se agrupan y miden la misma característica o constructo (Rodríguez & Reguant, 2020).

El alfa de Cronbach proporciona un valor entre 0 y 1, donde un valor más cercano a 1 indica una mayor consistencia interna entre los ítems y, por lo tanto, mayor confiabilidad en la escala de medición. Generalmente, se busca un valor de alfa de Cronbach igual o mayor a 0.7 para considerar que la escala es aceptablemente confiable.

Tabla 3

Rangos o categorías del Alfa de Cronbach

ALFA DE CRONCACH	ESCALA INTERNA
Coeficiente alfa > 0,9	Excelente
Coeficiente alfa > 0,8	Bueno
Coeficiente alfa > 0,7	Aceptable
Coeficiente alfa > 0,6	Cuestionable
Coeficiente alfa > 0,5	Pobre
Coeficiente alfa < 0,5	Inaceptable

Son valores admisibles de Alfa de Cronbach para objetivos de investigación $\geq 0,7$

Fuente: Adaptado de Torres (2020)

Los resultados del análisis de fiabilidad por medio del Alfa de Cronbach se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 4

Análisis de Fiabilidad Alfa de Cronbach Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,723	17

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Loza, E (2023)

4.3 Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados

1. ¿Cuál es su nivel de educación?

Tabla 5

Nivel de Educación

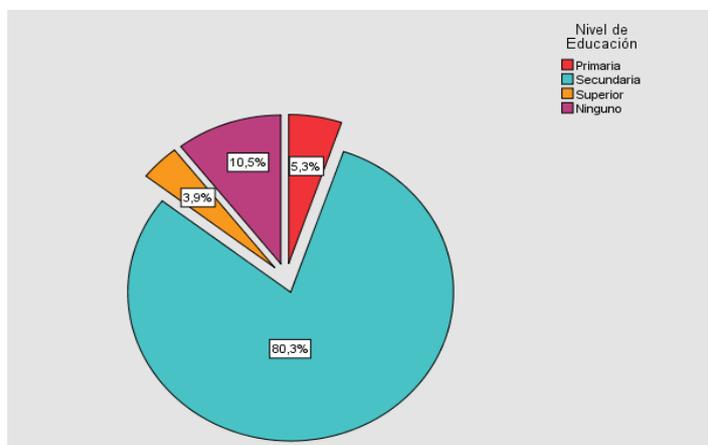
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Primaria	4	5,3%	5,3%	5,3%
Secundaria	61	80,3%	80,3%	85,5%
Válidos Superior	3	3,9%	3,9%	89,5%
Ninguno	8	10,5%	10,5%	100,0%
Total	76	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia.

Elaborado por: Loza, E (2023)

Gráfico 1

Nivel de educación



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Loza, E (2023)

Interpretación: Según los resultados obtenidos, el nivel de educación más frecuente es el secundario, con un 80,3% de los encuestados. Esto significa que la mayoría de las personas tienen al menos 10 años de estudios. El porcentaje de personas que no tienen ningún nivel de educación es 10,5%, lo que sugiere que hay un grupo que no accedió al sistema educativo o lo abandonó muy temprano. El nivel de educación primaria con 5,3% y el nivel de educación superior con 3,9%, lo que indica que hay poca diferencia entre el número de personas que completaron la educación básica y el número de personas que continuaron sus estudios después de la educación secundaria.

2. ¿Está satisfecho/a con su trabajo en el sector agrícola del Cantón Cumandá?

Tabla 6

¿Está satisfecho/a con su trabajo en el sector agrícola del Cantón Cumandá?

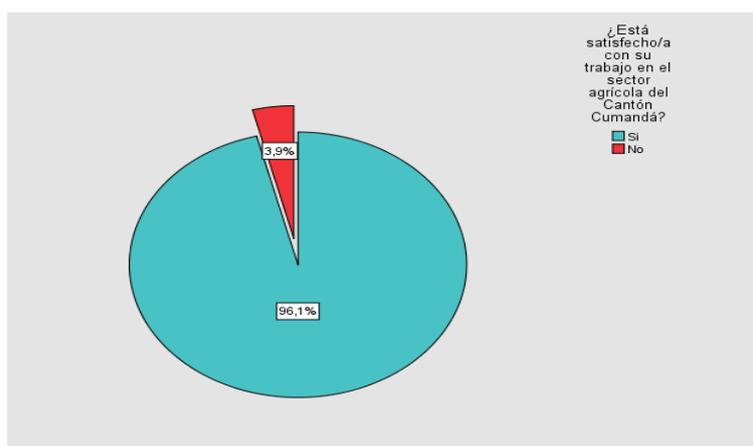
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	73	96,1%	96,1%	96,1%
Válidos No	3	3,9%	3,9%	100,0%
Total	76	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Loza, E (2023)

Gráfico 2

Nivel de satisfacción sobre el trabajo en sector agrícola



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Loza, E (2023)

Interpretación: El nivel de satisfacción laboral en el sector agrícola del Cantón Cumandá es muy alto, con un 96,1% de los encuestados que respondieron afirmativamente. Esto significa que casi todas las personas que trabajan en este sector están contentas con su actividad, sus ingresos, sus condiciones y sus expectativas. El porcentaje de personas que respondieron negativamente es muy bajo, 3,9%, lo que indica que hay pocos casos de insatisfacción o problemas laborales en este sector.

3. ¿Considera que los directivos del sector agrícola del Cantón Cumandá cumplen con los objetivos establecidos dentro del desarrollo competitivo?

Tabla 7

¿Considera que los directivos del sector agrícola del Cantón Cumandá cumplen con los objetivos establecidos dentro del desarrollo competitivo?

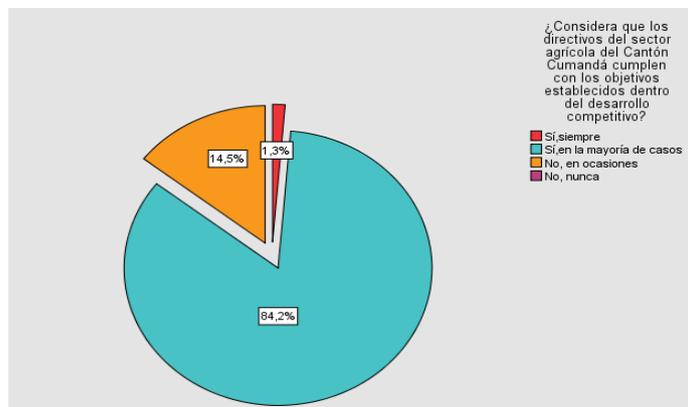
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí, siempre	1	1,3%	1,3%	1,3%
Sí, en la mayoría de casos	64	84,2%	84,2%	85,5%
Válidos				
No, en ocasiones	11	14,5%	14,5%	100,0%
Total	76	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Loza, E (2023)

Gráfico 3

Cumplimiento de objetivos de parte de los directivos del sector agrícola



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Loza, E (2023)

Interpretación: El nivel de confianza en los directivos del sector agrícola del Cantón Cumandá es alto, con un 84,2% de los encuestados que respondieron que sí cumplen con los objetivos establecidos dentro del desarrollo competitivo, ya sea en la mayoría de los casos. Esto significa que la mayoría de las personas que trabajan en este sector reconocen el liderazgo, la gestión y la visión de los directivos. El porcentaje de personas que respondieron que no cumplen con los objetivos en ocasiones es 14,5%, lo que indica que hay algunos aspectos o situaciones en las que los directivos podrían mejorar su desempeño o comunicación. Y el 1,3% de los encuestados respondiendo que si cumplen con los objetivos establecidos dentro del desarrollo competitivo.

4. ¿Cómo considera la rotación de actividades en los empleados de su asociación para su desarrollo en el mercado?

Tabla 8

¿Cómo considera la rotación de actividades en los empleados de su asociación para su desarrollo en el mercado?

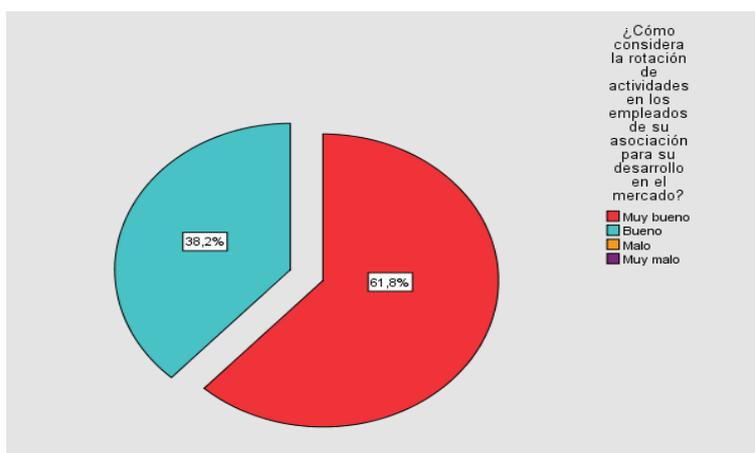
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy bueno	47	61,8%	61,8%
	Bueno	29	38,2%	100,0%
	Total	76	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Loza, E (2023)

Gráfico 4

Perspectiva sobre la rotación de actividades de empleados para el desarrollo en el mercado



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Loza, E (2023)

Interpretación: La valoración de la rotación de actividades en los empleados de la asociación es muy positivo, con un 61,8% de los encuestados que respondieron que es muy bueno. Esto significa que todas las personas que trabajan en la asociación están de acuerdo con la estrategia de cambiar de funciones o tareas periódicamente para mejorar su capacitación, su motivación y su adaptabilidad al mercado. El 38,2% de los encuestados respondieron que es buena esta actividad. No hay ningún encuestado que haya respondido que la rotación de actividades es malo o muy malo, lo que indica que no hay inconformidad o resistencia al cambio en este aspecto.

5. ¿Desde su percepción considera que los clientes están satisfechos con los productos/servicios ofrecidos por el sector agrícola del Cantón Cumandá?

Tabla 9

¿Desde su percepción considera que los clientes están satisfechos con los productos/servicios ofrecidos por el sector agrícola del Cantón Cumandá?

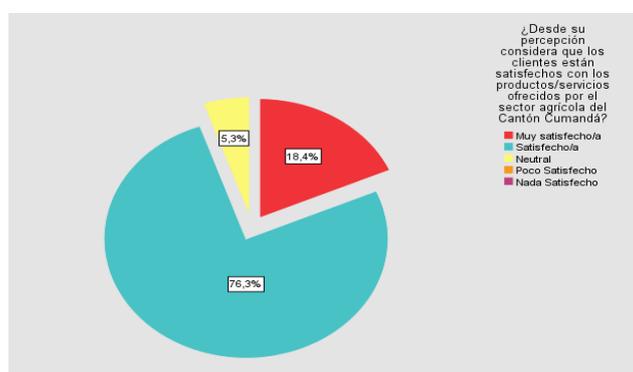
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy satisfecho/a	14	18,4%	18,4%	18,4%
Válidos Satisfecho/a	58	76,3%	76,3%	94,7%
Neutral	4	5,3%	5,3%	100,0%
Total	76	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia.

Elaborado por: Loza, E (2023)

Gráfico 5

Perspectiva sobre la satisfacción sobre los productos/servicios ofrecidos por el sector agrícola del Cantón Cumandá



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Loza, E (2023)

Interpretación: El nivel de satisfacción de los clientes con los productos/servicios ofrecidos es alto, con un 76,3% de los encuestados que respondieron que están satisfechos. Esto significa que casi todos los clientes que consumen los productos/servicios del sector agrícola están de acuerdo con la calidad, la variedad y la accesibilidad de estos, y que cumplen con sus expectativas y necesidades. El 18,4% respondieron que están muy satisfechos y solo un 5,3% de los encuestados respondieron que están neutrales, lo que podría deberse a factores como la falta de información, la poca frecuencia de consumo o la indiferencia hacia el sector agrícola. No hay ningún encuestado que haya respondido que está insatisfecho o muy insatisfecho, lo que indica que no hay descontento o decepción en este aspecto.

6. ¿Cómo calificaría el desempeño de los proveedores del sector agrícola del Cantón Cumandá en términos de calidad y puntualidad?

Tabla 10

¿Cómo calificaría el desempeño de los proveedores del sector agrícola del Cantón Cumandá en términos de calidad y puntualidad?

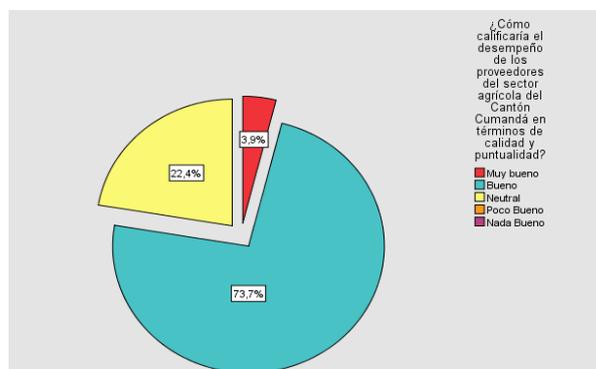
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy bueno	3	3,9%	3,9%	3,9%
Bueno	56	73,7%	73,7%	77,6%
Neutral	17	22,4%	22,4%	100,0%
Total	76	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia.

Elaborado por: Loza, E (2023)

Gráfico 6

Desempeño de los proveedores del sector agrícola del Cantón Cumandá en términos de calidad y puntualidad



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Loza, E (2023)

Interpretación: Los niveles de satisfacción respecto al desempeño de los proveedores del sector agrícola del Cantón Cumandá en términos de calidad y puntualidad es alto, con un 73,7% de los encuestados que respondieron que es bueno. Esto significa que la mayoría de las personas que compran productos agrícolas en el cantón están contentas con la calidad y la puntualidad de los proveedores, y que confían en su trabajo. Sin embargo, hay un 22,4% de los encuestados que respondieron de forma neutral, lo que indica que hay un margen de mejora o que hay algunos aspectos que no cumplen con sus expectativas. El 3,9% de los encuestados respondieron que es muy bueno.

7. ¿Cómo considera el nivel de competencia en el sector agrícola del Cantón Cumandá?

Tabla 11

¿Cómo considera el nivel de competencia en el sector agrícola del Cantón Cumandá?

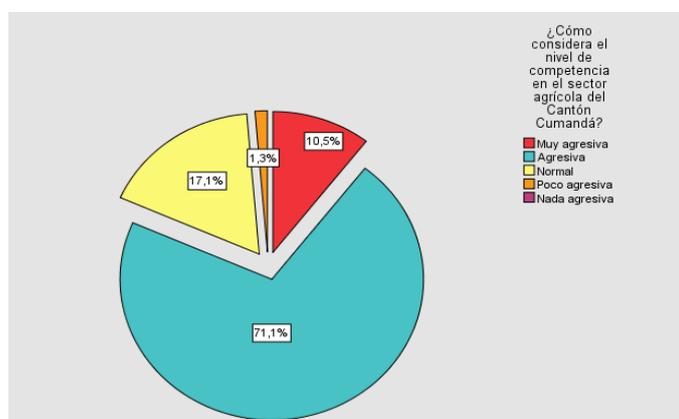
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy agresiva	8	10,5%	10,5%	10,5%
Agresiva	54	71,1%	71,1%	81,6%
Válidos Normal	13	17,1%	17,1%	98,7%
Poco agresiva	1	1,3%	1,3%	100,0%
Total	76	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia.

Elaborado por: Loza, E (2023)

Gráfico 7

Perspectiva sobre el nivel de competencia en el sector agrícola del Cantón Cumandá



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Loza, E (2023)

Interpretación: Según los datos proporcionados, el nivel de competencia en el sector agrícola del Cantón Cumandá es alto, con un 71.1% de los encuestados que consideran que es agresiva. Esto significa que la mayoría de las personas que participan en el sector agrícola del Cantón Cumandá perciben que hay mucha rivalidad, presión y exigencia entre los productores y los compradores. Solo un 17,1% de los encuestados consideran que el nivel de competencia es normal, lo que indica que tienen una visión más equilibrada o moderada del sector. El 10,5% de los encuestados respondieron que es muy agresiva el nivel de competencia. Y solo un 1,3% de los encuestados consideran que el nivel de competencia es poco agresivo, lo que indica que tienen una visión más relajada o cómoda del sector.

8. ¿Su asociación considera a todos los grupos de interés del sector agrícola del Cantón Cumandá?

Tabla 12

¿Su asociación considera a todos los grupos de interés del sector agrícola del Cantón Cumandá?

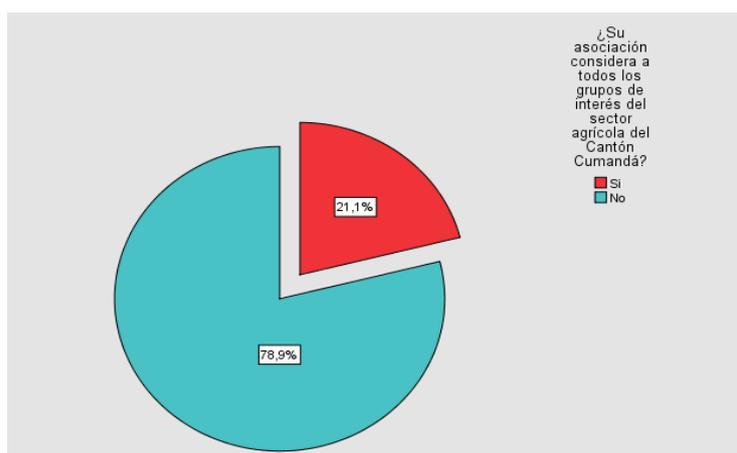
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	16	21,1%	21,1%	21,1%
Válidos No	60	78,9%	78,9%	100,0%
Total	76	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia.

Elaborado por: Loza, E (2023)

Gráfico 8

Consideración sobre todos los grupos de interés del sector agrícola del Cantón Cumandá



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Loza, E (2023)

Interpretación: Según los datos reflejados, sobre la consideración de los grupos de interés en el sector agrícola del Cantón Cumandá, con el 78,9% de la muestra indican que no se los consideran siendo un indicador negativo, mientras que, apenas el 21,1% manifestó que si se los considera a los grupos de interés.

9. ¿Considera que los grupos de interés del sector agrícola del Cantón Cumandá tienen un nivel significativo de participación en la toma de decisiones?

Tabla 13

¿Considera que los grupos de interés del sector agrícola del Cantón Cumandá tienen un nivel significativo de participación en la toma de decisiones?

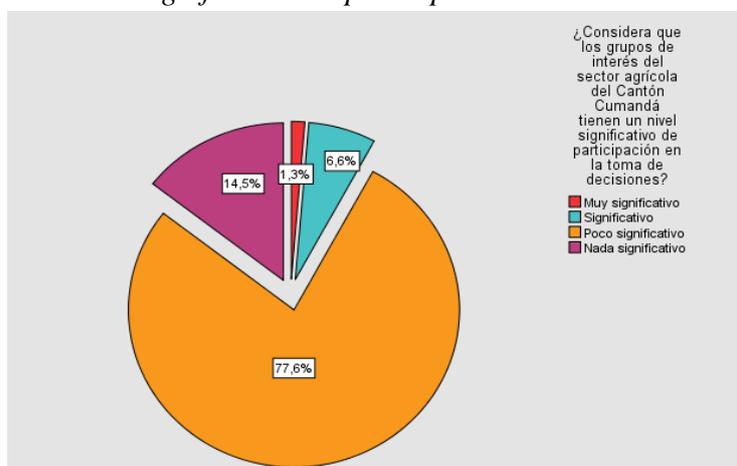
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy significativo	1	1,3%	1,3%	1,3%
Significativo	5	6,6%	6,6%	7,9%
Poco significativo	59	77,6%	77,6%	85,5%
Nada significativo	11	14,5%	14,5%	100,0%
Válidos Total	76	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia.

Elaborado por: Loza, E (2023)

Gráfico 9

Perspectiva sobre el nivel significativo de participación en la toma de decisiones



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Loza, E (2023)

Interpretación: Según los datos proporcionados, el nivel de participación de los grupos de interés del sector agrícola del Cantón Cumandá es muy bajo, con un 77,6% de los encuestados que consideran que es poco significativo. Mientras que el 14,5% respondieron que es nada significativo. Esto significa que la mayoría de las personas que están involucradas en el sector agrícola en el Cantón Cumandá no tienen voz ni voto para la toma de decisiones. Solo 6,6% de los encuestados consideran que el nivel de participación es significativo, en tanto el 1,31% estima que es muy significativo.

¿Cómo calificaría su nivel de satisfacción como empleado/a o socio/a del sector agrícola del Cantón Cumandá?

Tabla 14

¿Cómo calificaría su nivel de satisfacción como empleado/a o socio/a del sector agrícola del Cantón Cumandá?

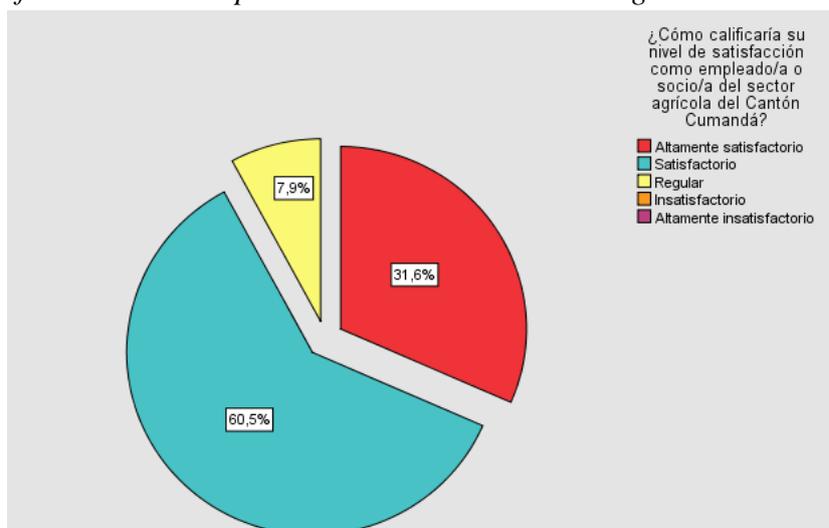
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Altamente satisfactorio	24	31,6%	31,6%	31,6%
Satisfactorio	46	60,5%	60,5%	92,1%
Regular	6	7,9%	7,9%	100,0%
Total	76	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia.

Elaborado por: Loza, E (2023)

Gráfico 10

Nivel de satisfacción como empleado/a o socio/a del sector agrícola del Cantón Cumandá



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Loza, E (2023)

Interpretación: El nivel de satisfacción como empleado/a o socio/a del sector agrícola del Cantón Cumandá es alto, con un 60,5% de los encuestados que calificaron su nivel como satisfactorio. Sin embargo, el 31,6% respondieron que es altamente satisfactorio. Esto significa que la mayoría de las personas que trabajan con el sector agrícola en el Cantón Cumandá están contentas con su situación laboral. Un 7,9% de los encuestados calificaron su nivel de satisfacción como regular, lo que indica que existen algunas áreas de mejora.

¿Considera que las asociaciones agropecuarias agrícolas del Cantón Cumandá operan de manera eficiente en el desarrollo competitivo?

Tabla 15

¿Considera que las asociaciones agropecuarias agrícolas del Cantón Cumandá operan de manera eficiente en el desarrollo competitivo?

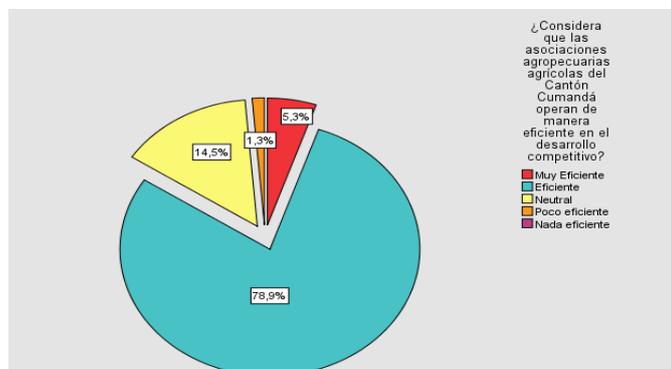
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Eficiente	4	5,3%	5,3%	5,3%
Eficiente	60	78,9%	78,9%	84,2%
Válidos Neutral	11	14,5%	14,5%	98,7%
Poco eficiente	1	1,3%	1,3%	100,0%
Total	76	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia.

Elaborado por: Loza, E (2023)

Gráfico 11

Perspectiva sobre la eficiencia del desarrollo competitivo de parte de que las asociaciones agropecuarias agrícolas



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Loza, E (2023)

Interpretación: El nivel de eficiencia de las asociaciones agropecuarias agrícolas del Cantón Cumandá es alto, con un 78,9% de los encuestados que consideran que operan de manera eficiente en el desarrollo competitivo. Esto significa que la mayoría de las personas que forman parte de las asociaciones agropecuarias agrícolas en el Cantón Cumandá reconocen que tienen una buena gestión del mercado. Ahora bien, el 14,5% de los encuestados respondieron que operan de manera neutral el desarrollo competitivo. Un 5,3% de los encuestados consideran que operan de manera muy eficiente. Así pues, el 1,3% de los encuestados creen que operan de forma poco eficiente, lo que indica que tienen una apreciación más crítica o negativa de las asociaciones.

10. ¿Considera que en su asociación se han cumplido las metas de rentabilidad proyectadas en los 3 últimos años?

Tabla 16

¿Considera que en su asociación se han cumplido las metas de rentabilidad proyectadas en los 3 últimos años?

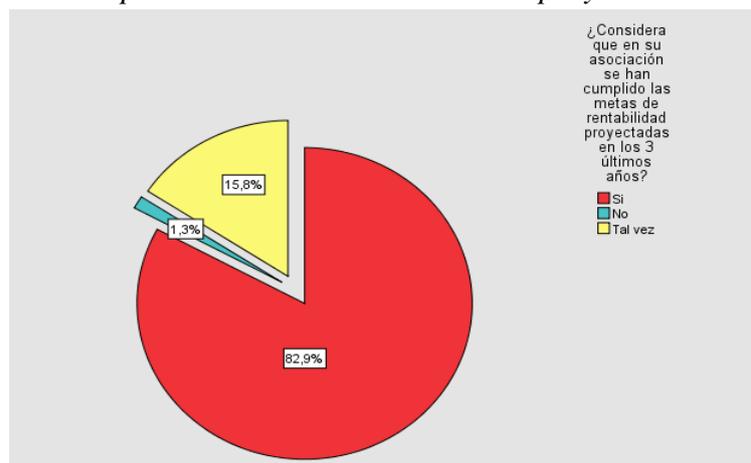
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	63	82,9%	82,9%
	No	1	1,3%	84,2%
	Tal vez	12	15,8%	100,0%
	Total	76	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

Elaborado por: Loza, E (2023)

Gráfico 12

Perspectiva sobre el cumplimiento metas de rentabilidad proyectadas en los 3 últimos años



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Loza, E (2023)

Interpretación: El rango de cumplimiento de las metas de rentabilidad proyectadas en los 3 últimos años en su asociación es alto, con un 82,9% de los encuestados que respondieron que sí. Esto significa que la mayoría de las personas que pertenecen a su asociación están satisfechas con los resultados económicos obtenidos en el período analizado y que consideran que se han alcanzado o superado las expectativas previstas. Un 15,8% de los encuestados respondieron que tal vez, lo que indica que tienen una visión más ambigua o incierta de la rentabilidad de su asociación. El 1,3% de los encuestados respondieron que no, lo que indica que tienen una visión insatisfecha de la rentabilidad de su asociación.

11. ¿Cuál es la cobertura de mercado en su asociación agrícola del Cantón Cumandá?

Tabla 17

¿Cuál es la cobertura de mercado en su asociación agrícola del Cantón Cumandá?

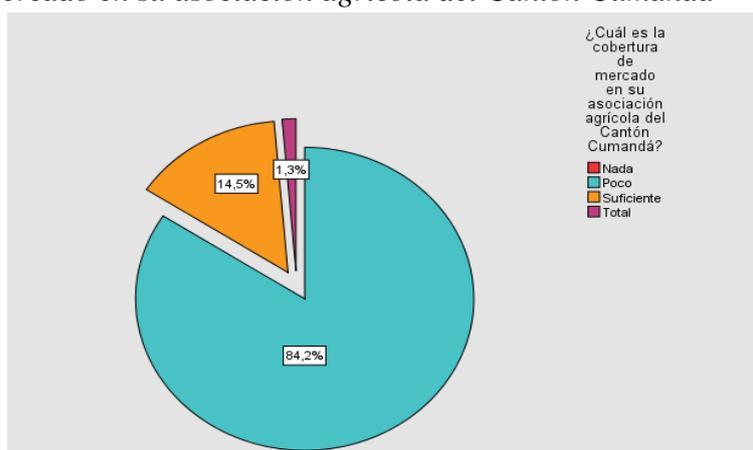
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Poco	64	84,2%	84,2%	84,2%
	Suficiente	11	14,5%	14,5%	98,7%
	Alto	1	1,3%	1,3%	100,0%
	Total	76	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia.

Elaborado por: Loza, E (2023)

Gráfico 13

Cobertura de mercado en su asociación agrícola del Cantón Cumandá



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Loza, E (2023)

Interpretación: La cobertura de mercado en su asociación agrícola del Cantón Cumandá es baja, con un 84,2% de los encuestados que consideran que es poco. Esto significa que la mayoría de las personas que forman parte de su asociación agrícola tienen dificultades para acceder a los clientes potenciales, ampliar sus canales de distribución, diversificar sus productos y servicios, y competir con otros proveedores. El 14,5% de los encuestados consideran que la cobertura de mercado es suficiente, lo que refleja satisfacción en la cobertura de mercado. El 1,3% de los encuestados consideran que la cobertura de mercado es alta, lo que indica que tienen una percepción optimista o exitosa de su situación.

12. ¿Cómo describirías la tasa de crecimiento del sector agrícola del Cantón Cumandá en los últimos años?

Tabla 18

¿Cómo describirías la tasa de crecimiento del sector agrícola del Cantón Cumandá en los últimos años?

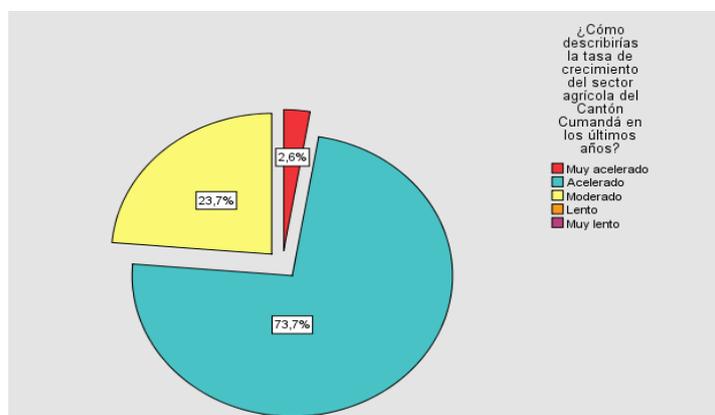
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy acelerado	2	2,6%	2,6%	2,6%
Válidos Acelerado	56	73,7%	73,7%	76,3%
Moderado	18	23,7%	23,7%	100,0%
Total	76	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia.

Elaborado por: Loza, E (2023)

Gráfico 14

Perspectiva sobre la tasa de crecimiento del sector agrícola del Cantón Cumandá en los últimos años



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Loza, E (2023)

Interpretación: La tasa de crecimiento del sector agrícola del Cantón Cumandá en los últimos años es alta, con un 73,7% de los encuestados que describen la tasa de crecimiento como acelerada. Esto significa que la mayoría de las personas que están involucradas o interesadas en el sector agrícola en el Cantón Cumandá observan que hay un aumento significativo y rápido de la producción, la demanda, la innovación y la rentabilidad en el sector. El 23,7% de los encuestados describen la tasa de crecimiento como moderada, lo que indica que tienen una perspectiva prudente o conservadora del sector. El 2,6% de los encuestados puntualizan que la tasa de crecimiento es muy acelerada.

¿Está de acuerdo con el porcentaje de ingresos que se destinan en su asociación agrícola para inversiones en mejoras y expansión?

Tabla 19

¿Está de acuerdo con el porcentaje de ingresos que se destinan en su asociación agrícola para inversiones en mejoras y expansión?

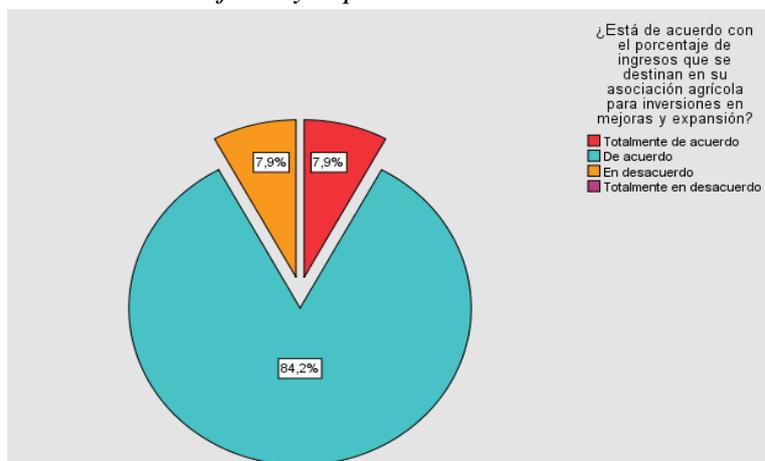
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	6	7,9%	7,9%	7,9%
Válidos De acuerdo	64	84,2%	84,2%	92,1%
En desacuerdo	6	7,9%	7,9%	100,0%
Total	76	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia.

Elaborado por: Loza, E (2023)

Gráfico 15

Nivel de aceptación sobre el porcentaje de ingresos que se destinan en su asociación agrícola para inversiones en mejoras y expansión



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Loza, E (2023)

Interpretación: El porcentaje de ingresos que se destinan en su asociación agrícola para inversiones en mejoras y expansión es alto, con un 84,2% de los encuestados que están de acuerdo. En efecto el 7,9% argumentaron que están totalmente de acuerdo. Esto significa que la mayoría de las personas que forman parte de su asociación agrícola apoyan y valoran la política de reinvertir parte de los beneficios en proyectos que buscan mejorar la calidad, la productividad, la competitividad y la sostenibilidad de su actividad. Ahora bien, un 7,9% de los encuestados están en desacuerdo, lo que refleja una percepción indiferente con el porcentaje de ingresos que se destinan para inversiones.

13. ¿Qué tan importante consideraría la intervención de los stakeholders en el nivel de producción de su asociación?

Tabla 20

¿Qué tan importante consideraría la intervención de los stakeholders en el nivel de producción de su asociación?

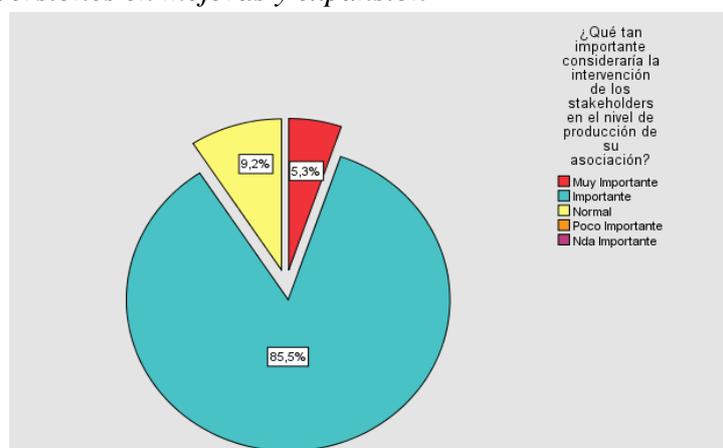
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Importante	4	5,3%	5,3%	5,3%
Importante	65	85,5%	85,5%	90,8%
Normal	7	9,2%	9,2%	100,0%
Total	76	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia.

Elaborado por: Loza, E (2023)

Gráfico 16

Nivel de aceptación sobre el porcentaje de ingresos que se destinan en su asociación agrícola para inversiones en mejoras y expansión



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Loza, E (2023)

Interpretación: La intervención de los stakeholders en el nivel de producción de su asociación es alto, con un 85,5% de los encuestados que consideran que es importante. En cuanto el 5,3% de los encuestados estiman que es muy importante. Esto significa que la mayoría de las personas que forman parte de su asociación reconocen y valoran el papel que tienen los grupos de interés en el desarrollo y el éxito de su actividad. El 9,2% de los encuestados consideran que el nivel de importancia de la intervención de los stakeholders es normal, lo que indica que tienen un desconocimiento en el tema.

14. ¿Considera satisfactorio la cantidad de proyectos de innovación aplicados a su asociación en el sector agrícola del Cantón Cumandá?

Tabla 21

¿Considera satisfactorio la cantidad de proyectos de innovación aplicados a su asociación en el sector agrícola del Cantón Cumandá?

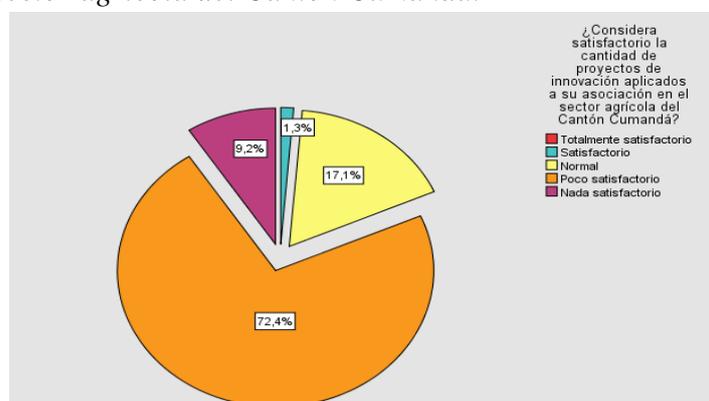
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Satisfactorio	1	1,3%	1,3%	1,3%
Normal	13	17,1%	17,1%	18,4%
Poco	55	72,4%	72,4%	90,8%
Válidos satisfactorio				
Nada	7	9,2%	9,2%	100,0%
satisfactorio				
Total	76	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia.

Elaborado por: Loza, E (2023)

Gráfico 17

Nivel de satisfacción sobre la cantidad de proyectos de innovación aplicados a su asociación en el sector agrícola del Cantón Cumandá.



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Loza, E (2023)

Interpretación: El nivel de satisfacción con la cantidad de proyectos de innovación aplicados a su asociación en el sector agrícola del Cantón Cumandá es bajo, con el 72,4% de los encuestados que consideran que es poco satisfactorio. Un 17,1% de los encuestados consideran que el nivel de satisfacción con la cantidad de proyectos de innovación es normal, lo que indica que tienen una visión más neutra o indiferente del tema. El 9,2% respondieron que es nada satisfactorio y el 1,3% de los encuestados consideran que el nivel de satisfacción con la cantidad de proyectos de innovación es satisfactorio, lo que indica que tienen una visión más positiva del tema.

15. ¿Qué tan satisfecho está del desarrollo competitivo que posee su asociación?

Tabla 22

¿Qué tan satisfecho está del desarrollo competitivo que posee su asociación?

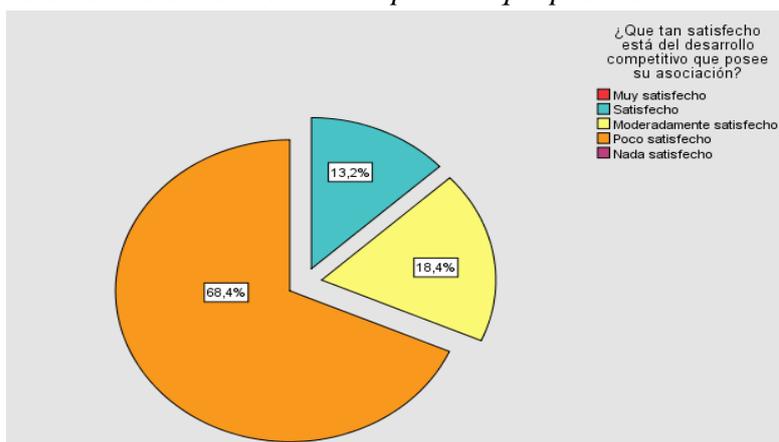
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Satisfecho	10	13,2%	13,2%	13,2%
Moderadamente satisfecho	14	18,4%	18,4%	31,6%
Válidos poco satisfecho	52	68,4%	68,4%	100,0%
Total	76	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia.

Elaborado por: Loza, E (2023)

Gráfico 18

Nivel de satisfacción sobre el desarrollo competitivo que posee su asociación



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Loza, E (2023)

Interpretación: El rango de satisfacción con el desarrollo competitivo que poseen las asociaciones es bajo. Ya que el 68,4% de los encuestados están poco satisfechos. Esto significa que la mayoría de las personas que forman parte la asociación consideran que hay muchos aspectos que mejorar o cambiar. El 18,4% de los encuestados están moderadamente satisfechos, lo que indica que tienen una visión equilibrada del desarrollo competitivo en su asociación. El 13,2% de los encuestados están satisfechos, lo que indica que tienen una visión más positiva del desarrollo competitivo en su asociación.

4.4 Contrastación de Hipótesis

H₁. –Los stakeholders inciden en el desarrollo competitivo del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo.

H₀. - Los stakeholders no inciden en el desarrollo competitivo del sector agrícola en el Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo.

Para la contrastación de hipótesis en el presente trabajo se utilizó la prueba no paramétrica Chi cuadrado.

En el caso de la variable independiente se desglosa en 2 categorías: 1 representa a la índole ‘Si’ y 2 representa a la índole ‘No’. La variable dependiente se asocia en 5 categorías: el valor 1 representa ‘Muy satisfecho’, el valor 2 representa ‘Satisfecho’, el valor 3 representa ‘Moderadamente satisfecho’, el valor 4 representa ‘Poco satisfecho’, finalmente el valor 5 representa ‘Nada satisfecho’.

Tabla 23

*Tabla de contingencia ¿Qué tan satisfecho está del desarrollo competitivo que posee su asociación? * ¿Su asociación considera a todos los grupos de interés del sector agrícola del Cantón Cumandá?*

		¿Su asociación considera a todos los grupos de interés del sector agrícola del Cantón Cumandá?		Total
		Si	No	
¿Qué tan satisfecho está del desarrollo competitivo que posee su asociación?	Muy satisfecho	0	1	1
	Satisfecho	10	0	10
	Moderadamente satisfecho	6	8	14
	Poco satisfecho	0	50	50
	Nada satisfecho	0	1	1
Total		16	60	76

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Loza, E (2023)

Interpretación: Los resultados de la tabla de contingencia representan el cruce de la variable, consideración de los grupos de interés del sector agrícola del Cantón Cumandá y la satisfacción del desarrollo competitivo que posee las asociaciones. El análisis de los datos refleja que no se consideran a los grupos de interés, lo que indica una poca satisfacción en cuanto al desarrollo competitivo.

Tabla 24*Pruebas de chi-cuadrado*

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	55,371 ^a	4	,000
Razón de verosimilitudes	59,106	4	,000
Asociación lineal por lineal	42,916	1	,000
N de casos válidos	76		

a. 6 casillas (60,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,21.

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Loza, E (2023)

Interpretación: El resultado del Chi cuadrado indica que existe una relación significativa entre las variables de estudio, es decir, que los stakeholders tienen una influencia determinante en el desarrollo competitivo del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo. Al ser el valor del Chi cuadrado inferior al 0.05, se rechaza la hipótesis nula (H0) que plantea que no hay relación entre las variables, y se acepta la hipótesis alternativa (H1) que afirma lo contrario. Esto implica que el nivel de competitividad del sector agrícola depende en gran medida de la participación y el compromiso de los actores clave, tales como los productores, los proveedores, los clientes, los intermediarios, las instituciones públicas y privadas, y las organizaciones sociales.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

El desarrollo competitivo del sector agrícola depende en gran medida de la participación y el compromiso de los stakeholders, tales como los productores, los proveedores, los clientes, los intermediarios, las instituciones públicas y privadas, y las organizaciones sociales. Estos actores deben trabajar de manera coordinada y articulada para mejorar la calidad, la productividad, la innovación y la sostenibilidad del sector agrícola, y así contribuir al desarrollo económico y social del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo.

Se ha encontrado que existe una brecha entre la realidad y la percepción de los actores claves, ya que un alto porcentaje de asociaciones o grupos de agricultores opera sin tomar en cuenta a los stakeholders relevantes, pero al mismo tiempo un 90,8% de los encuestados reconoce la importancia crucial de la participación activa de los mismos para mejorar la competitividad. Por lo tanto, el sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo tiene un gran potencial para crecer y prosperar, siempre y cuando se involucre a los stakeholders en el proceso de planificación, ejecución y evaluación de las acciones orientadas a mejorar la calidad, la productividad, la innovación y la sostenibilidad del sector.

El contraste en las variables resalta la importancia de comprender y gestionar las relaciones entre los diferentes stakeholders en el sector agrícola de Cumandá para lograr un desarrollo competitivo y sostenible. La cooperación y el diálogo entre los actores clave son esenciales para abordar los desafíos y aprovechar las oportunidades que presenta este Cantón en términos de agricultura.

Las estrategias se enfocan en fortalecer las capacidades técnicas, organizativas y financieras de los agricultores; impulsar el desarrollo de infraestructura, tecnología y servicios públicos para el sector; promover la investigación, la educación y la transferencia de conocimiento; facilitar el acceso a mercados locales o nacionales y a cadenas de valor; y fomentar la protección y conservación de los recursos naturales. Por lo tanto, estas estrategias son viables y pertinentes para lograr un desarrollo competitivo sostenible e inclusivo del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo.

5.2 RECOMENDACIONES

Se recomienda fomentar y promover la participación coordinada de todos los stakeholders relevantes en el desarrollo del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo. Esto implica establecer mecanismos de colaboración y coordinación entre los diferentes actores, con el fin de mejorar la calidad, la productividad, la innovación y la sostenibilidad del sector agrícola.

Se recomienda que las asociaciones o grupos de agricultores del Cantón Cumandá tomen en cuenta a los stakeholders relevantes en su operación y toma de decisiones. Para ello, es necesario concientizar y sensibilizar a los agricultores sobre la importancia de la participación activa de los actores clave en la mejora de la competitividad del sector agrícola.

Se recomienda fortalecer la cooperación y el diálogo entre los diferentes stakeholders del sector agrícola de Cumandá. Esto implica establecer espacios de encuentro y de discusión para abordar conjuntamente los desafíos y aprovechar las oportunidades que presenta el Cantón en términos de agricultura. Además, se sugiere invertir en infraestructura, tecnología y capacitación para fortalecer la competitividad del sector y mejorar las condiciones de vida de los agricultores

Se recomienda que las estrategias y políticas de desarrollo en este sector tengan en cuenta la colaboración y el compromiso de estos actores claves para mejorar aún más la competitividad y el crecimiento sostenible de la agricultura del Cantón Cumandá. Estas estrategias deben ser implementadas de manera planificada y coordinada.

CAPÍTULO VI. PROPUESTA

6.1 Diseño de estrategias y actividades propuestas en los stakeholders para mejorar el desarrollo competitivo del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo

En respuesta a la necesidad de fortalecer y promover el desarrollo competitivo del sector agrícola en el Cantón Cumandá, ubicado en la Provincia de Chimborazo, se ha formulado una propuesta estratégica que involucra diversos actores clave, conocidos como stakeholders. Estos actores, incluidos agricultores locales, el gobierno local, universidades e instituciones educativas, comerciantes y mercados, y organizaciones ambientales, colaborarán en la implementación de una serie de estrategias enfocadas en áreas cruciales como capacitación técnica, sostenibilidad, acceso a financiamiento, regulaciones ambientales y comercio. El objetivo es lograr un desarrollo competitivo agrícola, impulsando la productividad y la competitividad de los agricultores locales, al tiempo que se fomenta una mayor colaboración entre los diferentes actores del sector. A continuación, se detallan las estrategias propuestas, actividades asociadas, resultados esperados e indicadores de desempeño, por cada grupo de interés presentado, lo que permitirá guiar la implementación y la evaluación de esta iniciativa colaborativa.

6.1.1 Estrategias y actividades propuestas para los agricultores locales en Cumandá

La relevancia de estrategias propuestas para los agricultores locales adquiere una dimensión crucial en la búsqueda del desarrollo competitivo. En un escenario en el que la agricultura es la columna vertebral económica de la región, la implementación de enfoques estratégicos se vuelve esencial para fortalecer la posición de los agricultores en el mercado. Estas estrategias no solo permiten a los agricultores enfrentar los desafíos cambiantes, como los cambios en las preferencias del consumidor y la competencia creciente, sino también capitalizar nuevas oportunidades para el crecimiento. Al adoptar un enfoque estratégico, los agricultores locales pueden maximizar su productividad, mejorar la calidad de sus productos y contribuir de manera significativa al desarrollo sostenible y competitivo del sector agrícola en el Cantón Cumandá.

Tabla 25*Estrategias propuestas para los agricultores locales*

Stakeholder	Estrategia	Actividades	Resultados Esperados	Indicadores de Desempeño
Agricultores Locales	1. Facilitar acceso a capacitación técnica y tecnológica.	- Organizar talleres sobre nuevas técnicas agrícolas.	- Agricultores con habilidades técnicas mejoradas.	- Número de agricultores capacitados.
	2. Promover la adopción de prácticas agrícolas sostenibles.	- Ofrecer demostraciones de prácticas sostenibles.	- Aumento en la implementación de prácticas sostenibles.	- Porcentaje de agricultores adoptando prácticas sostenibles.
	3. Establecer cooperativas para compras conjuntas y ventas.	- Asistir a reuniones para discutir la formación de cooperativas.	- Mejor negociación de precios y acceso a insumos.	- Volumen de compras conjuntas realizadas.
	4. Facilitar el acceso a financiamiento y créditos agrícolas.	- Conectar con instituciones financieras para opciones de crédito.	- Mayor inversión en tecnología y equipos.	- Monto total de créditos otorgados a agricultores.
	5. Fomentar la diversificación de cultivos.	- Proporcionar asesoramiento sobre cultivos alternativos.	- Amplia gama de productos cultivados.	- Número de cultivos diferentes por agricultor.

Fuente: Elaboración propia**Elaborado por:** Loza, E (2023)**Estrategia #1: Facilitar acceso a capacitación técnica y tecnológica**

Con la finalidad de mejorar las habilidades y conocimientos de los agricultores locales para que puedan aprovechar mejor los recursos disponibles y aumentar su productividad y competitividad. Algunas actividades que se pueden realizar son organizar talleres sobre nuevas técnicas agrícolas, ofrecer demostraciones de prácticas sostenibles, proporcionar asesoramiento sobre cultivos alternativos, etc. Algunos resultados esperados son agricultores con habilidades técnicas mejoradas, aumento en la implementación de prácticas sostenibles, amplia gama de productos cultivados, etc. Algunos indicadores de desempeño son el número de agricultores capacitados, el porcentaje de agricultores adoptando prácticas sostenibles, el número de cultivos diferentes por agricultor, etc.

Actividad #1: Organizar talleres sobre nuevas técnicas agrícolas

Esta actividad busca capacitar a los agricultores locales sobre las nuevas técnicas agrícolas que pueden mejorar su producción y su adaptación al cambio climático. Algunos aspectos que se pueden abordar en los talleres son el uso de semillas mejoradas, el manejo integrado de plagas y enfermedades, el uso eficiente del agua y los fertilizantes, la agricultura de precisión, etc. Algunos beneficios que se pueden obtener de esta actividad son el aumento de la productividad y la calidad de los productos agrícolas, la reducción de los costos y los riesgos de la producción, la mejora de la seguridad alimentaria y la resiliencia al cambio climático, etc.

Estrategia #2: Promover la adopción de prácticas agrícolas sostenibles

Se pretende reducir el impacto ambiental negativo de la actividad agrícola y garantizar la conservación de los recursos naturales para las generaciones futuras. Algunas actividades que se pueden realizar son ofrecer demostraciones de prácticas sostenibles, crear normativas que promuevan prácticas sostenibles, participar en eventos comunitarios para compartir conocimientos, etc. Algunos resultados esperados son reducción del impacto ambiental negativo, mayor adopción de prácticas sostenibles, desarrollo de soluciones innovadoras para desafíos agrícolas, etc. Algunos indicadores de desempeño son el cumplimiento de regulaciones ambientales, el porcentaje de agricultores adoptando prácticas sostenibles, el número de soluciones implementadas en la comunidad, etc.

Actividad #2: Ofrecer demostraciones de prácticas sostenibles

Esta actividad busca mostrar a los agricultores locales cómo implementar prácticas sostenibles que reduzcan el impacto ambiental negativo y que conserven los recursos naturales. Algunas prácticas que se pueden demostrar son el uso de abonos orgánicos, el manejo de residuos agrícolas, la rotación o asociación de cultivos, la agroforestería, etc. Algunos beneficios que se pueden obtener de esta actividad son la reducción de la contaminación y la erosión del suelo, la conservación de la biodiversidad y los servicios ecosistémicos, el aumento de la fertilidad y la salud del suelo, etc.

Estrategia #3: Establecer cooperativas para compras conjuntas y ventas

Se necesita fortalecer la capacidad de negociación y colaboración de los agricultores locales para que puedan acceder a mejores precios e insumos para su producción. Algunas actividades que se pueden realizar son asistir a reuniones para discutir la formación de cooperativas, organizar ferias y mercados locales, colaborar en la organización de ferias y mercados locales, etc. Algunos resultados esperados son mejor negociación de precios y acceso a insumos, mayor visibilidad y ventas de productos locales, mayor capacidad de negociación y colaboración, etc. Algunos indicadores de desempeño son el volumen de compras conjuntas realizadas, el número de productos vendidos en ferias locales, el número de asociaciones de agricultores formadas, etc.

Actividad #3: Asistir a reuniones para discutir la formación de cooperativas:

Esta actividad busca facilitar el proceso de formación de cooperativas entre los agricultores locales para que puedan realizar compras conjuntas y ventas de sus productos. Algunos aspectos que se pueden discutir en las reuniones son los objetivos, los principios, las normas, las responsabilidades y los beneficios de las cooperativas, así como los requisitos legales y administrativos para su constitución y funcionamiento. Algunos beneficios que se pueden obtener de esta actividad son el fortalecimiento de la capacidad de negociación y colaboración, el acceso a mejores precios e insumos, la reducción de intermediarios y costos de comercialización, etc.

Estrategia #4: Facilitar el acceso a financiamiento y créditos agrícolas

Esta estrategia busca aumentar la inversión en tecnología y equipos para mejorar la calidad y cantidad de la producción agrícola. Algunas actividades que se pueden realizar son conectar con instituciones financieras para opciones de crédito, desarrollar programas de incentivos fiscales para inversiones agrícolas, emitir reglamentos para el proceso de producción del cannabis no psicoactivo o cáñamo y cáñamo para uso industrial, etc. Algunos resultados esperados son mayor inversión en tecnología y equipos, aumento en la inversión privada en agricultura, creación de reserva estratégica de leche, etc. Algunos indicadores de desempeño son el monto total de créditos otorgados a agricultores, el monto de inversión declarado por agricultores, el número de paquetes tecnológicos entregados a agricultores, etc.

Actividad #4: Conectar con instituciones financieras para opciones de crédito

Esta actividad busca facilitar el acceso a financiamiento y créditos agrícolas para los agricultores locales para que puedan invertir en tecnología y equipos para mejorar su producción. Algunos aspectos que se pueden considerar en esta actividad son las condiciones, los requisitos, las garantías y los plazos de los créditos agrícolas, así como las opciones disponibles según el tipo y tamaño del productor. Algunos beneficios que se pueden obtener de esta actividad son el aumento de la inversión en tecnología y equipos, la mejora en la calidad y cantidad de la producción agrícola, la generación de empleo e ingresos en el sector rural, etc.

Estrategia #5: Fomentar la diversificación de cultivos

Es importante ampliar la gama de productos cultivados por los agricultores locales para aprovechar las ventajas comparativas y competitivas del país y reducir la dependencia de unos pocos productos. Algunas actividades que se pueden realizar son proporcionar asesoramiento sobre cultivos alternativos, llevar a cabo proyectos de investigación agrícola en colaboración, rehabilitar y renovar hectáreas de cacao nacional fino y café arábigo y robusta, etc. Algunos resultados esperados son amplia gama de productos cultivados, desarrollo de soluciones innovadoras para desafíos agrícolas, mejora en la calidad y cantidad de la producción agrícola, etc. Algunos indicadores de desempeño son el número de cultivos

diferentes por agricultor, el nivel de satisfacción de los participantes en proyectos de investigación agrícola, el número de hectáreas rehabilitadas y renovadas de cacao y café, etc.

Actividad #5: Proporcionar asesoramiento sobre cultivos alternativos:

Esta actividad busca orientar a los agricultores locales sobre los cultivos alternativos que pueden diversificar su producción y aprovechar las ventajas comparativas y competitivas del país. Algunos aspectos que se pueden considerar en esta actividad son las características agroecológicas, las demandas del mercado, los costos y beneficios, los riesgos y oportunidades de los cultivos alternativos, así como las técnicas o prácticas adecuadas para su cultivo. Algunos beneficios que se pueden obtener de esta actividad son la ampliación de la gama de productos cultivados, el aumento del valor agregado y el reconocimiento de los productos locales, la reducción de la dependencia de unos pocos productos, etc.

6.1.2 Estrategias y actividades propuestas para el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal (GADM) del Cantón Cumandá

Para los GADM del Cantón Cumandá las estrategias presentadas en la tabla 26 se enfocan en planes de inversión y políticas internas, en conjunto de la formación de los principales actores en el área que en este caso se trata sobre los agricultores.

Tabla 26

Estrategias propuestas para el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Cumandá

Stakeholder	Estrategia	Actividades	Resultados Esperados	Indicadores de Desempeño
Gobierno Local	1. Invertir en infraestructuras (caminos, riego, etc.).	- Priorizar la asignación de fondos para infraestructuras agrícolas.	- Mejora en la conectividad y acceso.	- Kilómetros de caminos rurales mejorados.
	2. Implementar políticas de incentivos fiscales para la inversión agrícola.	- Desarrollar programas de incentivos fiscales para inversiones agrícolas.	- Aumento en la inversión privada en agricultura.	- Monto de inversión declarado por agricultores.
	3. Establecer regulaciones ambientales y de calidad.	- Crear normativas que promuevan prácticas sostenibles.	- Reducción del impacto ambiental negativo.	- Cumplimiento de regulaciones ambientales.
	4. Apoyar la formación de asociaciones de agricultores.	- Organizar reuniones para discutir la creación de asociaciones.	- Mayor capacidad de negociación y colaboración.	- Número de asociaciones de agricultores formadas.
	5. Promover la creación de mercados locales y ferias agrícolas.	- Colaborar en la organización de ferias y mercados locales.	- Aumento en la visibilidad y ventas de productos locales.	- Número de productos vendidos en ferias locales.

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Loza, E (2023)

Estrategia #1: Invertir en infraestructuras (caminos, riego, etc.)

Esta estrategia busca mejorar la conectividad y el acceso de los agricultores locales a los mercados, los servicios y los recursos hídricos. Algunas actividades que se pueden realizar son priorizar la asignación de fondos para infraestructuras agrícolas, construir o mejorar caminos rurales, sistemas de riego, almacenes, centros de acopio, etc. Algunos resultados esperados son mejora en la conectividad y el acceso, reducción de costos de transporte y almacenamiento, aumento de la productividad y la calidad de los productos agrícolas, etc. Algunos indicadores de desempeño son los kilómetros de caminos rurales mejorados, el porcentaje de superficie agrícola con riego, el número de infraestructuras construidas o mejoradas, etc.

Actividad #1: Priorizar la asignación de fondos para infraestructuras agrícolas

Esta actividad busca destinar una parte importante del presupuesto del gobierno local para invertir en infraestructuras rurales que mejoren la conectividad y el acceso de los agricultores locales a los mercados, los servicios y los recursos hídricos. Algunos aspectos que se pueden considerar en esta actividad son las necesidades y demandas de los agricultores locales, las prioridades y criterios para seleccionar las infraestructuras a construir o mejorar, las fuentes y modalidades de financiamiento disponibles, etc. Algunos beneficios que se pueden obtener de esta actividad son la mejora en la conectividad y el acceso, la reducción de costos de transporte y almacenamiento, el aumento de la productividad y la calidad de los productos agrícolas, etc.

Estrategia #2: Implementar políticas de incentivos fiscales para la inversión agrícola

Es indispensable estimular la inversión privada en el sector agrícola mediante la reducción o exención de impuestos para las actividades o proyectos que contribuyan al desarrollo sostenible. Algunas actividades que se pueden realizar son desarrollar programas de incentivos fiscales para inversiones agrícolas, difundir los beneficios y requisitos de los programas, facilitar los trámites y procesos para acceder a los incentivos, etc. Algunos resultados esperados son aumento en la inversión privada en agricultura, generación de empleo e ingresos en el sector rural, diversificación y modernización de la producción agrícola, etc. Algunos indicadores de desempeño son el monto de inversión declarado por agricultores, el número de proyectos beneficiados por los incentivos fiscales, el impacto económico y social de los proyectos, etc.

Actividad #2: Desarrollar programas de incentivos fiscales para inversiones agrícolas

Esta actividad busca estimular la inversión privada en el sector agrícola mediante la reducción o exención de impuestos para las actividades o proyectos que contribuyan al desarrollo sostenible. Algunos aspectos que se pueden considerar en esta actividad son los objetivos, los criterios, los requisitos y los beneficios de los programas de incentivos fiscales, así como las formas de difusión y aplicación de los mismos. Algunos beneficios que se pueden obtener de esta actividad son el aumento en la inversión privada en agricultura, la generación de empleo e ingresos en el sector rural, la diversificación y modernización de la producción agrícola, etc.

Estrategia #3: Establecer regulaciones ambientales y de calidad

Es conveniente garantizar que la actividad agrícola se realice de forma responsable y respetuosa con el medio ambiente y que los productos agrícolas cumplan con los estándares de calidad exigidos por los consumidores. Algunas actividades que se pueden realizar son crear normativas que promuevan prácticas sostenibles, establecer sistemas de certificación y control de calidad, sancionar las infracciones ambientales o sanitarias, etc. Algunos resultados esperados son reducción del impacto ambiental negativo, mejora en la calidad y seguridad alimentaria, aumento de la competitividad y el valor agregado de los productos

agrícolas, etc. Algunos indicadores de desempeño son el cumplimiento de regulaciones ambientales y sanitarias, el número de productos certificados o controlados, el nivel de satisfacción o preferencia de los consumidores, etc.

Actividad #3: Crear normativas que promuevan prácticas sostenibles

Esta actividad busca garantizar que la actividad agrícola se realice de forma responsable y respetuosa con el medio ambiente mediante la creación de normativas que promuevan prácticas sostenibles. Algunos aspectos que se pueden considerar en esta actividad son los principios, los objetivos, las medidas y las sanciones de las normativas ambientales, así como las formas de difusión y cumplimiento de las mismas. Algunos beneficios que se pueden obtener de esta actividad son la reducción del impacto ambiental negativo, la mejora en la calidad y seguridad alimentaria, el aumento de la competitividad y el valor agregado de los productos agrícolas, etc.

Estrategia #4: Apoyar la formación de asociaciones de agricultores

Se busca fortalecer el tejido social y organizativo del sector rural mediante el fomento de la asociatividad y la participación ciudadana. Algunas actividades que se pueden realizar son organizar reuniones para discutir la creación de asociaciones, brindar asesoría legal y administrativa para la constitución y funcionamiento de las asociaciones, facilitar espacios de diálogo y coordinación entre las asociaciones y las autoridades locales, etc. Algunos resultados esperados son mayor capacidad de negociación y colaboración, mayor incidencia política y social, mayor acceso a recursos y oportunidades, etc. Algunos indicadores de desempeño son el número de asociaciones de agricultores formadas o fortalecidas, el nivel de participación o representatividad de las asociaciones, el número o tipo de acciones conjuntas realizadas por las asociaciones, etc.

Actividad #4: Organizar reuniones para discutir la creación de asociaciones

Esta actividad busca facilitar el proceso de formación de asociaciones entre los agricultores locales para que puedan fortalecer su capacidad de negociación y colaboración. Algunos aspectos que se pueden discutir en las reuniones son los objetivos, los principios, las normas, las responsabilidades y los beneficios de las asociaciones, así como los requisitos legales y administrativos para su constitución y funcionamiento. Algunos beneficios que se pueden obtener de esta actividad son el fortalecimiento de la capacidad de negociación y colaboración, el acceso a recursos y oportunidades, la mayor incidencia política y social, etc.

Estrategia #5: Promover la creación de mercados locales y ferias agrícolas

Impulsar el consumo local y regional de los productos agrícolas mediante la creación o mejora de espacios físicos o virtuales donde los agricultores puedan ofrecer sus productos directamente a los consumidores. Algunas actividades que se pueden realizar son colaborar en la organización de ferias y mercados locales o virtuales, brindar apoyo logístico o promocional para la participación de los agricultores en las ferias o mercados, facilitar la

articulación entre la oferta y la demanda local o regional, etc. Algunos resultados esperados son aumento en la visibilidad y ventas de productos locales, mejora en la relación entre productores y consumidores, fomento de la cultura y la identidad local o regional, etc. Algunos indicadores de desempeño son el número de ferias o mercados locales o virtuales creados o mejorados, el número de productos vendidos en ferias o mercados locales o virtuales, el nivel de satisfacción o fidelidad de los productores y consumidores, etc.

Actividad #5: Colaborar en la organización de ferias y mercados locales

Esta actividad busca impulsar el consumo local y regional de los productos agrícolas mediante la creación o mejora de espacios físicos o virtuales donde los agricultores puedan ofrecer sus productos directamente a los consumidores. Algunos aspectos que se pueden considerar en esta actividad son las características, las condiciones, los requisitos y los beneficios de participar en ferias y mercados locales o virtuales, así como las formas de organización y promoción de los mismos. Algunos beneficios que se pueden obtener de esta actividad son el aumento en la visibilidad y ventas de productos locales, la mejora en la relación entre productores y consumidores, el fomento de la cultura e identidad local o regional, etc.

6.1.3 Estrategias y actividades propuestas para organizaciones ambientales

En el contexto del Cantón Cumandá, impulsar el desarrollo competitivo se vuelve imperativo para las organizaciones ambientales. En un escenario donde la preservación del entorno natural está en constante equilibrio con las necesidades humanas, las estrategias propuestas adquieren un papel esencial para lograr un progreso sostenible. Estas estrategias no solo permiten a las organizaciones ambientales mantenerse relevantes en un entorno cambiante, sino también fomentar la innovación en la conservación y gestión de recursos. Al abordar los desafíos ambientales de manera estratégica, estas organizaciones pueden generar un impacto positivo duradero, fortalecer su influencia en la comunidad y catalizar un desarrollo que armonice el crecimiento humano con la protección del entorno en el Cantón Cumandá.

Tabla 27*Estrategias propuestas para comerciantes y mercados locales en el Cantón Cumandá*

Stakeholder	Estrategia	Actividades	Resultados Esperados	Indicadores de Desempeño
Organizaciones Ambientales	1. Colaborar en proyectos de desarrollo agrícola sostenible.	- Participar en grupos de trabajo para planificar proyectos sostenibles.	- Implementación de proyectos sostenibles.	- Número de proyectos sostenibles implementados.
	2. Fomentar la implementación de prácticas amigables con el ambiente.	- Realizar talleres sobre prácticas agrícolas sostenibles.	- Reducción del impacto ambiental negativo.	- Adopción de prácticas s
	3. Participar en programas de reforestación y conservación.	- Organizar jornadas de reforestación en áreas agrícolas.	- Incremento en la cobertura forestal en áreas agrícolas.	- Área reforestada y número de árboles plantados.
	4. Sensibilizar sobre la importancia de la agricultura sostenible.	- Realizar charlas y eventos educativos sobre sostenibilidad.	- Mayor conciencia sobre la sostenibilidad agrícola.	- Número de personas alcanzadas en charlas.
	5. Monitorear el cumplimiento de regulaciones ambientales.	- Establecer sistemas de seguimiento y reporte de prácticas.	- Cumplimiento de regulaciones y normativas.	- Porcentaje de agricultores cumpliendo regulaciones.

Fuente: Elaboración propia**Elaborado por: Loza, E (2023)****Estrategia #1: Colaborar en proyectos de desarrollo agrícola sostenible**

Contribuir al desarrollo humano y ambiental del sector rural mediante la participación activa de las organizaciones ambientales en la planificación e implementación de proyectos que promuevan la agricultura sostenible. Algunas actividades que se pueden realizar son participar en grupos de trabajo para planificar proyectos sostenibles, aportar conocimientos y experiencias sobre sostenibilidad, brindar apoyo técnico o financiero para la ejecución de los proyectos, etc. Algunos resultados esperados son implementación de proyectos sostenibles que mejoren la calidad de vida de los agricultores y el medio ambiente, generación de alianzas y sinergias entre los diferentes actores, fortalecimiento de la capacidad y el liderazgo de las organizaciones ambientales, etc. Algunos indicadores de

desempeño son el número de proyectos sostenibles implementados o en curso, el nivel de participación o incidencia de las organizaciones ambientales en los proyectos, el impacto económico, social y ambiental de los proyectos, etc.

Actividad #1: Participar en grupos de trabajo para planificar proyectos sostenibles

Esta actividad busca contribuir al desarrollo humano y ambiental del sector rural mediante la participación de las organizaciones ambientales en la planificación de proyectos que promuevan la agricultura sostenible. Algunos aspectos que se pueden considerar en esta actividad son las necesidades y demandas del sector agrícola, los objetivos, las actividades y los recursos para los proyectos sostenibles, así como las formas de coordinación y articulación con otros actores. Algunos beneficios que se pueden obtener de esta actividad son el diseño de proyectos sostenibles que mejoren la calidad de vida de los agricultores y el medio ambiente, la generación de alianzas y sinergias entre los diferentes actores, el fortalecimiento de la capacidad y el liderazgo de las organizaciones ambientales, etc.

Estrategia #2: Fomentar la implementación de prácticas amigables con el ambiente

Esta estrategia busca promover la adopción de prácticas agrícolas que reduzcan el impacto ambiental negativo y que conserven los recursos naturales para las generaciones futuras. Algunas actividades que se pueden realizar son realizar talleres sobre prácticas agrícolas sostenibles, difundir información y materiales educativos sobre sostenibilidad, reconocer o premiar a los agricultores que implementen prácticas sostenibles, etc. Algunos resultados esperados son reducción del impacto ambiental negativo, conservación de los recursos naturales, mejora en la productividad y la calidad de los productos agrícolas, etc. Algunos indicadores de desempeño son el porcentaje de agricultores adoptando prácticas sostenibles, el número o tipo de talleres o materiales educativos realizados o distribuidos, el número o tipo de reconocimientos o premios otorgados, etc.

Actividad #2: Realizar talleres sobre prácticas agrícolas sostenibles

Esta actividad busca capacitar a los agricultores locales sobre las prácticas agrícolas sostenibles que pueden reducir el impacto ambiental negativo y conservar los recursos naturales. Algunos aspectos que se pueden abordar en los talleres son el uso de abonos orgánicos, el manejo de residuos agrícolas, la rotación o asociación de cultivos, la agroforestería, etc. Algunos beneficios que se pueden obtener de esta actividad son la adopción de prácticas sostenibles que mejoren la gestión y el uso de los recursos naturales, la conservación de la biodiversidad y los servicios ecosistémicos, el aumento de la fertilidad y la salud del suelo, etc.

Estrategia #3: Participar en programas de reforestación y conservación

Se debe aumentar la cobertura forestal y proteger la biodiversidad en las áreas agrícolas mediante la participación de las organizaciones ambientales en programas de reforestación y conservación. Algunas actividades que se pueden realizar son organizar

jornadas de reforestación en áreas agrícolas, proporcionar plantas o semillas nativas para la reforestación, monitorear el crecimiento y la salud de los árboles plantados, etc. Algunos resultados esperados son incremento en la cobertura forestal en áreas agrícolas, protección y recuperación de la biodiversidad, mitigación del cambio climático y sus efectos, etc. Algunos indicadores de desempeño son el área reforestada y el número de árboles plantados, el porcentaje de supervivencia y crecimiento de los árboles plantados, el número o tipo de especies nativas utilizadas o conservadas, etc.

Actividad #3: Organizar jornadas de reforestación en áreas agrícolas

Esta actividad busca aumentar la cobertura forestal y proteger la biodiversidad en las áreas agrícolas mediante la organización de jornadas de reforestación donde las organizaciones ambientales y los agricultores locales puedan plantar árboles nativos. Algunos aspectos que se pueden considerar en esta actividad son las características, las condiciones, los requisitos y los beneficios de participar en las jornadas de reforestación, así como las formas de organización y promoción de las mismas. Algunos beneficios que se pueden obtener de esta actividad son el incremento en la cobertura forestal en áreas agrícolas, la protección y recuperación de la biodiversidad, la mitigación del cambio climático y sus efectos, etc.

Estrategia #4: Sensibilizar sobre la importancia de la agricultura sostenible

Es indispensable crear conciencia sobre la importancia y los beneficios de la agricultura sostenible entre los agricultores y la población en general mediante la realización de charlas y eventos educativos sobre sostenibilidad. Algunas actividades que se pueden realizar son realizar charlas y eventos educativos sobre sostenibilidad, utilizar medios de comunicación o redes sociales para difundir mensajes sobre sostenibilidad, involucrar a líderes o referentes locales para promover la sostenibilidad, etc. Algunos resultados esperados son mayor conciencia sobre la sostenibilidad agrícola entre los agricultores y la población en general, cambio de actitudes y comportamientos hacia la sostenibilidad, generación de una cultura e identidad sostenible, etc. Algunos indicadores de desempeño son el número de personas alcanzadas en charlas o eventos educativos sobre sostenibilidad, el nivel de conocimiento o interés sobre sostenibilidad entre los asistentes, el número o tipo de medios o redes sociales utilizados para difundir mensajes sobre sostenibilidad, etc.

Actividad #4: Realizar charlas y eventos educativos sobre sostenibilidad

Esta actividad busca crear conciencia sobre la importancia y los beneficios de la agricultura sostenible entre los agricultores y la población en general mediante la realización de charlas y eventos educativos sobre sostenibilidad. Algunos aspectos que se pueden considerar en esta actividad son los temas, los objetivos, las metodologías y los recursos para las charlas o eventos educativos, así como las formas de difusión e inscripción a los mismos. Algunos beneficios que se pueden obtener de esta actividad son mayor conciencia sobre la sostenibilidad agrícola entre los agricultores y la población en general, cambio de actitudes

y comportamientos hacia la sostenibilidad, generación de una cultura e identidad sostenible, etc.

Estrategia #5: Monitorear el cumplimiento de regulaciones ambientales

Se debe garantizar que los agricultores cumplan con las regulaciones y normativas ambientales vigentes mediante el establecimiento de sistemas de seguimiento y reporte de prácticas. Algunas actividades que se pueden realizar son establecer sistemas de seguimiento y reporte de prácticas, realizar inspecciones o auditorías ambientales, brindar asesoría o capacitación sobre regulaciones ambientales, etc. Algunos resultados esperados son cumplimiento de regulaciones y normativas ambientales por parte de los agricultores, prevención o corrección de infracciones o daños ambientales, mejora en la gestión y el control ambiental, etc.

Actividad #5: Establecer sistemas de seguimiento y reporte de prácticas

Esta actividad busca garantizar que los agricultores cumplan con las regulaciones y normativas ambientales vigentes mediante el establecimiento de sistemas de seguimiento y reporte de prácticas. Algunos aspectos que se pueden considerar en esta actividad son los principios, los objetivos, las medidas y las sanciones de las regulaciones ambientales, así como las formas de difusión y cumplimiento de las mismas. Algunos beneficios que se pueden obtener de esta actividad son el cumplimiento de regulaciones y normativas ambientales por parte de los agricultores, la prevención o corrección de infracciones o daños ambientales, la mejora en la gestión y el control ambiental, etc.

Por último, la tabla 28, presenta el diseño final de la propuesta, donde se detalla los resultados esperados para cada estrategia planteada a cada stakeholder considerado en la investigación, además de los indicadores de desempeño y el responsable a que se ejecute la actividad para el respectivo trabajo de control y seguimiento de la propuesta.

Tabla 28

Diseño del plan estratégico de stakeholders para mejorar el desarrollo competitivo del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo.

Stakeholder	Estrategia	Actividades	Resultados Esperados	Indicadores de Desempeño	Responsable	Fecha por ejecutar
Agricultores Locales	1. Facilitar acceso a capacitación técnica y tecnológica.	- Organizar talleres sobre nuevas técnicas agrícolas.	- Agricultores con habilidades técnicas mejoradas.	- Número de agricultores capacitados.	Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG)- Cumandá Ing. José Intriago	01/02/2024
	2. Promover la adopción de prácticas agrícolas sostenibles.	- Ofrecer demostraciones de prácticas sostenibles.	- Aumento en la implementación de prácticas sostenibles.	- Porcentaje de agricultores adoptando prácticas sostenibles.		
	3. Establecer cooperativas para compras conjuntas y ventas.	- Asistir a reuniones para discutir la formación de cooperativas.	- Mejor negociación de precios y acceso a insumos.	- Volumen de compras conjuntas realizadas.		
	4. Facilitar el acceso a financiamiento y créditos agrícolas.	- Conectar con instituciones financieras para opciones de crédito.	- Mayor inversión en tecnología y equipos.	- Monto total de créditos otorgados a agricultores.		
	5. Fomentar la diversificación de cultivos.	- Proporcionar asesoramiento sobre cultivos alternativos.	- Amplia gama de productos cultivados.	- Número de cultivos diferentes por agricultor.		
Gobierno Local	1. Invertir en infraestructuras (caminos, riego, etc.).	- Priorizar la asignación de fondos para infraestructuras agrícolas.	- Mejora en la conectividad y acceso.	- Kilómetros de caminos rurales mejorados.	Gobierno Autónomo Descentralizado	01/04/2024

	2. Implementar políticas de incentivos fiscales para la inversión agrícola.	- Desarrollar programas de incentivos fiscales para inversiones agrícolas.	- Aumento en la inversión privada en agricultura.	- Monto de inversión declarado por agricultores.	Municipal del Cantón Cumandá	
	3. Establecer regulaciones ambientales y de calidad.	- Crear normativas que promuevan prácticas sostenibles.	- Reducción del impacto ambiental negativo.	- Cumplimiento de regulaciones ambientales.	Alcalde del Cantón: Ing Oswaldo Bonifaz	
	4. Apoyar la formación de asociaciones de agricultores.	- Organizar reuniones para discutir la creación de asociaciones.	- Mayor capacidad de negociación y colaboración.	- Número de asociaciones de agricultores formadas.		
	5. Promover la creación de mercados locales y ferias agrícolas.	- Colaborar en la organización de ferias y mercados locales.	- Aumento en la visibilidad y ventas de productos locales.	- Número de productos vendidos en ferias locales.		
Organizaciones Ambientales	1. Colaborar en proyectos de desarrollo agrícola sostenible.	- Participar en grupos de trabajo para planificar proyectos sostenibles.	- Implementación de proyectos sostenibles.	- Número de proyectos sostenibles implementados.	Dirección de Servicios Municipales del GADM Cumandá	01/03/2024
	2. Fomentar la implementación de prácticas amigables con el ambiente.	- Realizar talleres sobre prácticas agrícolas sostenibles.	- Reducción del impacto ambiental negativo.	- Adopción de prácticas s	Ing. Tania Torrez	

3. Participar en programas de reforestación y conservación.	- Organizar jornadas de reforestación en áreas agrícolas.	- Incremento en la cobertura forestal en áreas agrícolas.	- Área reforestada y número de árboles plantados.
4. Sensibilizar sobre la importancia de la agricultura sostenible.	- Realizar charlas y eventos educativos sobre sostenibilidad.	- Mayor conciencia sobre la sostenibilidad agrícola.	- Número de personas alcanzadas en charlas.
5. Monitorear el cumplimiento de regulaciones ambientales.	- Establecer sistemas de seguimiento y reporte de prácticas.	- Cumplimiento de regulaciones y normativas.	- Porcentaje de agricultores cumpliendo regulaciones.

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Loza, E (2023)

BIBLIOGRAFÍA

- Masaquiza Caiza, C. (2018). “Análisis de los stakeholders como insumo de entrada en el diseño de un plan publicitario. *Repositorio Universidad Técnica de Ambato*.
- Achuri, P. (2023). Identificación de stakeholders en proyectos de investigación, una mirada desde la universidad de Cundinamarca-Colombia. *nternational Technology, Science and Society Review/Revista Internacional de Tecnología, Ciencia y Sociedad*, 1-22.
- Arebalo, D., Tapia, E., & Cordero, J. (2021). Responsabilidad Social Empresarial y Rentabilidad Financiera en el sector hotelero de Cuenca-Ecuador. *Estudios de Administración*, 131-145.
- Arias Contreras, M. A., Flórez Zambrano, A. K., Triviño Rojas, N. C., & Paz González, L. B. (2020). *Correlación entre la integración de stakeholders y el desempeño y sostenibilidad de proyectos para el fortalecimiento del sector pecuario en el departament*. Bogotá: Tesis de Grado, Universidad EAN.
- Arias Gómez, J., Villasís Keever, M., & Miranda Novales, M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alegria Mexico*, pag. 201-206.
- Arias, J. L. (2021). *Técnicas e instrumentos de investigación científica*. Arequipa: ENFOQUES CONSULTING EIRL.
- Arias, M., Flórez, A., Triviño, N., & Paz, L. (2020). *Correlación entre la integración de stakeholders y el desempeño y sostenibilidad de proyectos para el fortalecimiento del sector pecuario en el departamento de la Guajira*.
- Avilés, E., & Salessi, M. (2019). Stakeholders de los establecimientos hoteleros de las zonas especiales turísticas de Quito. . *Ciencias administrativas.*, 29-42.
- Barakat, R., Parente, C., & Sarturi, G. (2020). Priorização de stakeholders em empresas familiares: Um ensaio teórico. . *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 331-360.
- Barrio, E., & Enrique, A. (2018). Responsabilidad Social Corporativa Estudio sobre la identificación y clasificación de los stakeholders. *Revista Internacional de Investigación en Comunicación*, pag. 90-109.
- Bermeo, M., Ortiz, C., & Carpio, R. (2021). El enfoque de los stakeholders en el análisis de la contabilidad financiera. *Polo del Conocimiento*, 1640-1653.
- Calderón, X., Soledispa, V., & Poveda, M. (2021). Crecimiento empresarial: estrategia de desarrollo del mercado en el sector MIPYMES. *Revista Publicando*, 82-95.
- Carrión, R. (2019). *Impacto de los stakeholders en el desarrollo competitivo del sector industrial de la provincia de El Oro*.
- Cevallos, N., & Zambrano, H. (2020). Ventaja competitiva de las farmacias como estrategia de posicionamiento en el mercado de Portoviejo. Polo del Conocimiento. *Revista científico-profesional.*, 836-859.
- Choudhury, S. &. (2020). *Emerging themes in e-learning: A review from the stakeholders' perspective*. . Computers & Education.
- Coello, P., & Sánchez, A. (2019). *Modelo de relaciones colaborativas entre stakeholders y mipymes de la provincia Los Ríos para la exportación en el sector agrícola* .
- Consultores, B. (2022). *Método Hipotético Deductivo: Consultores Bastis*. Obtenido de Consultores Bastis:
<https://www.scribbr.es/citar/generador/folders/3sfa85IIwcfSek3DwSULCw/lists/5ddiSxtH6OxMfDdxDbhzNJ/>
- Contreras, O., Talero, L., & Escobar, L. (2020). Sostenibilidad, stakeholders y crisis de empresa: un análisis estructurado de percepciones. *Suma de negocios*, 11(24), 64-72.
- Daza, H., & Acevedo, L. (2019). Identificación de los stakeholders y la cadena de valor agregado para alimentos ecológicos certificados comercializados en la Feria Biofach-2018. . *Lúmina*, 54-74.
- Díaz Muñoz, G., Quintana Lombeida, M., & Fierro Mosquera, D. (2020). La competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *Revista científica Innova*, pag. 145-161.

- Echeverría, J. (2020). Filosofía de la innovación y valores sociales en las empresas. *Filosofía de la innovación y valores sociales en las empresas*, 77-99.
- Flores López, M. F., & Zea Raffo, F. D. (2019). *Stakeholders externos y su incidencia en el desarrollo competitivo del supermercado López en el cantón Milagro, provincia del Guayas*. Ecuador: Tesis de Grado, Universidad Estatal del Milagro.
- Freeman, E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.
- Freeman, E. (2018). La gestión empresarial basada en los stakeholders y la reputación. *OpenMind BBVA*.
- Freeman, R. (2020). The stakeholder approach revisited. *Wirtschafts-und Unternehmensethik*, 657-671.
- Galarza, C. R. (2020). Los alcances de una investigación. *Revista CienciaAmérica*.
- Galvis, G. (2019). *Sector textil colombiano y su influencia en el desarrollo de economía del país*. Punto de vista.
- Gómez, J., Galeano, C., & Bejarano, S. (2020). Sostenibilidad del sector agrícola a nivel mundial a partir del Global Reporting Initiative (GRI). *Panorama Económico*, 56-79.
- Gómez, L., Moreno, G., Orozco, J., Arrubal, J., & Piedrahita, J. (2021). El mercadeo relacional como apoyo en los modelos organizacionales para construir reputación corporativa en las universidades. *Revista Ibérica de Sis*, 227-240.
- González Bennett, J., Lino Figueroa, J., Muñoz Jaime, L., & Parrales Poveda, M. (2021). ANÁLISIS DE LOS STAKEHOLDERS COMO INSUMO DE ENTRADA EN EL DISEÑO DE UN PLAN PUBLICITARIO. *Revista Científica Multidisciplinaria*, 121-132.
- González., López., Santos., & Serrano. (2022). Drivers and barriers in the transition to open science: the perspective of stakeholders in the Spanish scientific community. *Profesional de la información*.
- Guamán, M., León, A., & Salvador, G. (2020). *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, A FOCUS FROM STAKEHOLDERS IN THE ECUADORIAN BANANA SECTOR*.
- Guevara, M. D. G., Saltos, A. C. L., & Espín, G. P. S. (2020). Responsabilidad social corporativa, un enfoque desde los stakeholders en el sector bananero ecuatoriano. *Universidad Ciencia y Tecnología*, 24(97), 20-25.
- Guzmán, J. A. (2015). Los "stakeholders" como ventaja competitiva en el sector empresarial. *Revista CE Contribuciones a la Economía*. Obtenido de <https://www.eumed.net/ce/2015/1/stakeholders.zip>
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2020). *Metodología de la investigación Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGraw-HillEducation.
- Johnson, M., Phillips, R., Fadlallah, H., & Berman, S. L. (2022). What we talk about when we talk about stakeholders. *Business & Society*, 61(5), 1083-1135.
- Martínez, M., Lázaro, J., & Espinoza, I. (2021). Desempeño organizacional. Una revisión teórica de sus dimensiones y forma de medición. *RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática*, 21-40.
- Martínez, W., & Vega, C. D. (2023). Creación de valor público desde la perspectiva de los stakeholders. *Administración & Desarrollo*, 1-39.
- Maya, E. (2014). *Métodos y técnicas de investigación*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Mazzei, D. (2022). *Normas ISO 30401: 2018 "Gestión del Conocimiento" e ISO 9001: 2015 "Gestión de Calidad" pilares para el éxito sostenido en las organizaciones*. Tekhné.
- Medeiros, V., Godoi, L., & Teixeira, E. (2019). La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo. *Revista cepal*.
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2019). *Comunidades agrícolas de Chimborazo se benefician con semillas, maquinaria agrícola y centro de acopio de leche*. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/comunidades-agricolas-de-chimborazo-se-benefician-con-semillas-maquinaria-agricola-y-centro-de-acopio-de-leche/>
- Montoya, T., Zazueta, M., & Ramírez, L. (2022). Áreas de Responsabilidad Social Empresarial en empresas sinaloenses: un análisis desde la innovación social. *Revista de ciencias sociales*, 352-363.

- Muñoz, S. T. (2020). Estrategias para mejorar el rendimiento académico de la asignatura de matemáticas. . *Revista Iberoamericana de la educación*.
- Olivero, E., Morales, J., & Alvarado, M. (2017). *Identificación de los principios de los stakeholders en una asociación de agricultores arroceros, componente del desarrollo rural*.
- Palacios, L. E. (2022). Gestión de Stakeholders para la Productividad y Competitividad por Gobiernos Locales. *Revista Gobierno y Gestión Pública*.
- Perez, J. B. (2019). *Fundamentos de estrategia*. . México: Editorial Elearning, SL.
- Pérez, M., & Bardales, J. (2020). TIC en padres para mejorar el rendimiento académico. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar* , 1623-1634.
- Porter, M. (2017). *Ser competitivo*. Barcelona: Deusto.
- Rojas Palacios , L. (2021). Gestión de Stakeholders para la Productividad y Competitividad por Gobiernos Locales. *Revista Journal*, pag 57-68.
- Suarez., Díaz, J., & Pereira, M. (2021). Perfil competitivo como herramienta para la gestión estratégica de la investigación en universidades. . *Hallazgos*, 259-286.
- Tamayo, S., Vega, M., & Chango, M. (2020). La gestión financiera para el desarrollo competitivo de las cooperativas de ahorro y credito. *ConcienciaDigital*, 371-388.
- Westreicher, G. (2020). *Hipotesis*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/hipotesis.html>



Srta. Emily Lissbeth Loza Robalino

ESTUDIANTE

C.I. 0605438258

ANEXOS

8.1. Matriz de consistencia

Los stakeholders y el desarrollo competitivo del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo.

Formulación del Problema	Objetivo General	Hipótesis General
<p>¿De qué manera los stakeholders inciden en el desarrollo competitivo del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo?</p>	<p>Determinar la incidencia de los stakeholders en el desarrollo competitivo del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo.</p>	<p><i>H₁</i> – Los stakeholders inciden en el desarrollo competitivo del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo <i>H₀</i> – Los stakeholders no inciden en el desarrollo competitivo del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo.</p>
Problemas Derivados	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas
<p>¿Cuál es la situación actual de los stakeholders y el desarrollo competitivo del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo?</p> <p>¿Cómo contrastar los stakeholders y el desarrollo competitivo del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo?</p> <p>¿Qué estrategias de stakeholders mejoraran el desarrollo competitivo del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnosticar la situación actual de los stakeholders y el desarrollo competitivo del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo • Contrastar los stakeholders y el desarrollo competitivo del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo • Plantear estrategias de stakeholders para mejorar el desarrollo competitivo del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo. 	

Fuente: Información Propia

Elaborado Por: Loza, E (2023)

8.2. Matriz de operacionalización de variables.

VARIABLE INDEPENDIENTE: STAKEHOLDERS			
Conceptualización	Categorías	Indicadores	Técnicas e instrumentos
<p>Los stakeholders se definen como aquellos individuos o grupos que tienen algún tipo de interés o relación con la empresa, y se dividen en categorías internas, que son aquellos que tienen una relación directa con la empresa y forman parte de ella (Empleados y directivos); y externas, que son los que tienen una relación indirecta con la empresa y que pueden ser afectados por sus decisiones (Clientes, competidores y proveedores) (Contreras, Talero, & Escobar, 2020)</p>	Internas	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de satisfacción de los empleados • Nivel de cumplimiento de objetivos de los directivos • Porcentaje de retención de empleados 	<p>Técnica Encuesta</p>
	Externas	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de satisfacción de los clientes • Número de desempeño de proveedores • Cantidad de competidores 	
	Relación de los stakeholders	<ul style="list-style-type: none"> • Número de grupos de interés • Nivel de participación de los grupos de interés • Porcentaje de satisfacción del personal 	<p>Instrumento Cuestionario</p>

Fuente: Información Propia

Elaborado Por: Loza, E (2023)

VARIABLE DEPENDIENTE: DESARROLLO COMPETITIVO			
Conceptualización	Categorías	Indicadores	Técnicas e instrumentos
El desarrollo competitivo se refiere al proceso por el cual una empresa busca mejorar su posición en el mercado. Este proceso implica se basa en tres principios claves, como lo son el crecimiento en la participación de mercado, mejora de la rentabilidad y la innovación en productos o servicios (Medeiros, Godoi, & Teixeira, 2019).	Rentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de eficiencia operativa • Cantidad metas cumplidas • Número de indicadores de desempeño 	Técnica Encuesta
	Crecimiento de la cuota de mercado	<ul style="list-style-type: none"> • Cobertura de mercado • Taza de crecimiento • Cantidad de competidores 	
	Innovación	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de Inversiones • Nivel de producción • Número de procesos de innovación aplicados 	Instrumento Cuestionario

Fuente: Información Propia

Elaborado Por: Loza, E (2023)

8.3.Encuesta

El presente cuestionario tiene la finalidad de obtener datos, sobre los stakeholders y el desarrollo competitivo del sector agrícola del Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo. Los datos proporcionados servirán para la elaboración de un trabajo de investigación a ser presentado en la Universidad Nacional de Chimborazo.

Nombre de la Asociación

Género

Edad

Nivel de Educación

1. ¿Está satisfecho/a con tu trabajo en el sector agrícola del Cantón Cumandá?
2. ¿Considera que los directivos del sector agrícola del Cantón Cumandá cumplen con los objetivos establecidos dentro del desarrollo competitivo?
3. ¿Cómo considera la rotación de actividades en los empleados de su asociación para su desarrollo en el mercado?
4. ¿Desde su percepción considera que los clientes están satisfechos con los productos/servicios ofrecidos por el sector agrícola del Cantón Cumandá?
5. ¿Cómo calificaría el desempeño de los proveedores del sector agrícola del Cantón Cumandá en términos de calidad y puntualidad?
6. ¿Cómo considera el nivel de competencia en el sector agrícola del Cantón Cumandá?
7. ¿Su asociación considera a todos los grupos de interés del sector agrícola del Cantón Cumandá?
8. ¿Considera que los grupos de interés del sector agrícola del Cantón Cumandá tienen un nivel significativo de participación en la toma de decisiones?
9. ¿Cómo calificaría su nivel de satisfacción como empleado/a o socio/a del sector agrícola del Cantón Cumandá?
10. ¿Considera que las asociaciones agropecuarias agrícolas del cantón Cumandá operan de manera eficiente en el desarrollo competitivo?
11. ¿Considera que en su asociación se han cumplido las metas de rentabilidad proyectadas en los 3 últimos años?
12. ¿Cuál es la cobertura de mercado de su asociación agrícola en el Cantón Cumandá?
13. ¿Cómo describirías la tasa de crecimiento del sector agrícola del Cantón Cumandá en los últimos años?
14. ¿Está de acuerdo con el porcentaje de ingresos que se destina en su asociación agrícola para inversiones en mejoras y expansión?
15. ¿Qué tan importante consideraría la intervención de los stakeholders en el nivel de producción de su asociación?
16. ¿Considera satisfactorio la cantidad de proyectos de innovación aplicados a su asociación en el sector agrícola del Cantón Cumandá?
17. ¿Qué tan satisfecho está del desarrollo competitivo que posee su asociación?

8.4 Anexo fotográfico



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Loza, E (2023)



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Loza, E (2023)



Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Loza, E (2023)



Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Loza, E (2023)



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Loza, E (2023)



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Loza, E (2023)

8.5 Certificación de Asociaciones Agropecuarias del Cantón Cumandá



Ministerio de Agricultura
y Ganadería

Cumanda 5 de mayo del 2023

CERTIFICACIÓN DE ASOCIACIONES AGROPECUARIAS DEL CANTÓN CUMANDA

Por pedido de la señorita Emily Loza con cedula 0605438258 estudiante del último semestre de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Chimborazo, para la aprobación del proyecto de trabajo de titulación, bajo la modalidad Tesis.

Solicita el registro de asociaciones agrícolas creadas y adscritas al Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG).

Para lo cual adjunto el listado de las asociaciones existentes.

ASOCIACIONES AGROPECUARIAS DEL CANTÓN CUMANDA		
NOMBRE DE LA ASOCIACIÓN	N° DE SOCIOS	ACTIVIDAD A LA QUE SE DEDICAN
ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIA CUMANDA	22	PRODUCTORES DE CACAO
ASOCIACIÓN DE MUJERES MADRE TERESA DE CALCUTA	16	PRODUCTORAS DE PULPA DE FRUTA
ASOCIACIÓN DE MUJERES CAMPESINAS PRODUCTIVAS DE SUNCAMAL	14	PRODUCTORAS DE PANELA
ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS SECTOR SUNCAMAL	24	CENTRO DE MECANIZACIÓN



Atentamente

Ing. José Intriago

Ced. 1719787879

Técnico MAG Cumanda