



*Modelos administrativos para la gestión eficiente y de fidelización de usuarios y clientes de la App móvil de la COAC Riobamba Ltda*

*Administrative models for efficient management and customer loyalty of the COAC Riobamba Ltda mobile app.*

*Modelos administrativos para uma gestão eficiente e fidelização de clientes da aplicação móvel da COAC Riobamba Ltda*

Cristian Danilo Diaz López <sup>I</sup>

[danilo.diaz@epoch.edu.ec](mailto:danilo.diaz@epoch.edu.ec)

<https://orcid.org/0009-0009-5918-3589>

Juan Pablo Gutiérrez <sup>II</sup>

[juan.gutierrez@epoch.edu.ec](mailto:juan.gutierrez@epoch.edu.ec)

<https://orcid.org/0009-0005-4045-2081>

**Correspondencia:** [danilo.diaz@epoch.edu.ec](mailto:danilo.diaz@epoch.edu.ec)

Ciencias Técnicas y Aplicadas

Artículo de Investigación

\* **Recibido:** 26 de agosto de 2025 \* **Aceptado:** 30 de septiembre de 2025 \* **Publicado:** 23 de octubre de 2025

- I. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo Sede Morona Santiago, Ecuador.
- II. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo Sede Morona Santiago, Ecuador.

## Resumen

La presente investigación analiza los modelos administrativos aplicados a la gestión eficiente y fidelización de los usuarios de la aplicación móvil de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Riobamba Ltda. En un contexto de creciente digitalización del sector financiero, la optimización de los procesos administrativos y la experiencia del cliente se convierten en ejes estratégicos para la competitividad. La investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto, combinando técnicas cuantitativas y cualitativas. Se aplicó una encuesta estructurada con escala de Likert de cinco puntos a 164.345 socios activos de la cooperativa y se realizaron entrevistas semiestructuradas a tres expertos en gestión financiera y tecnológica. Los resultados evidencian que un 82% de los usuarios consideran eficiente la atención mediante la App, mientras que un 74% afirma sentirse fidelizado por la personalización del servicio digital. Los indicadores estadísticos reflejan una media de satisfacción de 4.3 puntos, una desviación estándar de 0.68 y una mediana de 4. Estos hallazgos confirman la necesidad de fortalecer la gestión administrativa mediante modelos centrados en la innovación tecnológica, la comunicación efectiva y la atención personalizada para consolidar la fidelización de los clientes.

**Palabras Clave:** Modelo administrativo; fidelización; gestión eficiente; aplicación móvil; cooperativa; satisfacción del cliente.

## Abstract

This research analyzes the administrative models applied to the efficient management and loyalty of users of the mobile app of the Cooperativa de Ahorro y Crédito Riobamba Ltda. In a context of increasing digitalization of the financial sector, the optimization of administrative processes and customer experience become strategic pillars for competitiveness. The research was conducted using a mixed approach, combining quantitative and qualitative techniques. A structured survey with a five-point Likert scale was administered to 164,345 active members of the cooperative, and semi-structured interviews were conducted with three experts in financial and technological management. The results show that 82% of users consider the app's customer service efficient, while 74% report feeling loyal due to the personalized nature of the digital service. The statistical indicators reflect an average satisfaction score of 4.3 points, a standard deviation of 0.68 and a median of 4. These findings confirm the need to strengthen administrative management through

models focused on technological innovation, effective communication and personalized attention to consolidate customer loyalty.

**Keywords:** Administrative model; loyalty; efficient management; mobile app; cooperative; customer satisfaction.

## Resumo

Esta pesquisa analisa os modelos administrativos aplicados à gestão eficiente e à fidelização dos utilizadores da aplicação móvel da Cooperativa de Ahorro y Crédito Riobamba Ltda. Num contexto de crescente digitalização do setor financeiro, a otimização dos processos administrativos e a experiência do cliente tornam-se pilares estratégicos para a competitividade. A investigação foi conduzida utilizando uma abordagem mista, combinando técnicas quantitativas e qualitativas. Foi aplicado um inquérito estruturado com uma escala Likert de cinco pontos a 164.345 membros ativos da cooperativa, e foram realizadas entrevistas semiestruturadas a três especialistas em gestão financeira e tecnológica. Os resultados mostram que 82% dos utilizadores consideram o serviço de apoio ao cliente da aplicação eficiente, enquanto 74% relatam sentir-se fidelizados devido à natureza personalizada do serviço digital. Os indicadores estatísticos refletem uma pontuação média de satisfação de 4,3 pontos, um desvio padrão de 0,68 e uma mediana de 4. Estas descobertas confirmam a necessidade de reforçar a gestão administrativa através de modelos focados na inovação tecnológica, comunicação eficaz e atenção personalizada para consolidar a fidelização dos clientes.

**Palavras-chave:** Modelo administrativo; fidelização; gestão eficiente; aplicação móvel; cooperativa; satisfação do cliente.

## Introducción

En los últimos años, el desarrollo acelerado de las tecnologías digitales ha impulsado la expansión de aplicaciones móviles en múltiples sectores, incluyendo el financiero, comercial y de servicios. Este fenómeno ha generado una alta saturación en el mercado de aplicaciones, lo que implica un desafío adicional para las organizaciones: no basta con lanzar una App funcional, sino que resulta imprescindible diseñar estrategias efectivas de fidelización que fortalezcan la relación con los usuarios y garanticen su permanencia activa en el tiempo. Según estudios de Statista (2024), más

del 80 % de los usuarios móviles abandonan una aplicación en las primeras cuatro semanas si no encuentran valor agregado en su experiencia de uso.

En este contexto, la gestión administrativa eficiente juega un rol determinante. Los modelos administrativos modernos —como la gestión por procesos, la orientación al cliente y la innovación organizacional— permiten estructurar estrategias que integran tecnología, calidad de servicio y satisfacción del usuario (Chiavenato, 2017; Robbins & Coulter, 2020). En las cooperativas de ahorro y crédito, especialmente en Ecuador, la digitalización de servicios financieros a través de Apps móviles constituye una herramienta clave para optimizar tiempos, reducir costos operativos y mejorar la experiencia de los socios.

Para alcanzar estos objetivos, es necesario implementar acciones estratégicas de fidelización como programas de recompensas, notificaciones personalizadas, promociones en fechas clave, atención al cliente en tiempo real y análisis del comportamiento de los usuarios. Estas estrategias no solo fortalecen la relación institucional con los clientes, sino que incrementan su nivel de confianza y compromiso con la marca, generando un círculo virtuoso de retención y crecimiento.

Asimismo, la analítica digital ofrece información relevante sobre las preferencias y hábitos de los usuarios, lo que facilita una toma de decisiones más precisa. A través de indicadores como frecuencia de uso, interacciones y valor percibido, las organizaciones pueden ajustar su gestión administrativa para adaptarse a las necesidades reales de sus públicos objetivos.

En el caso de la COAC Riobamba Ltda., la implementación de su App móvil representa una oportunidad para fortalecer su posicionamiento institucional, optimizar su gestión interna y fidelizar a sus socios mediante un modelo de atención moderno y eficiente. Este estudio busca analizar cómo los modelos administrativos pueden contribuir a una gestión eficiente y a la fidelización de clientes digitales, aportando información estratégica para la toma de decisiones organizacionales.

## **Materiales y métodos**

El propósito de este estudio radica en realizar una exploración exhaustiva de los modelos administrativos aplicados a la gestión eficiente y la fidelización de usuarios y clientes de la App

móvil de la COAC Riobamba Ltda. Para lograr este objetivo, se adoptó un diseño metodológico mixto, combinando enfoques cuantitativos y cualitativos, lo que permitió obtener una comprensión más profunda y completa de la percepción de los socios y de la perspectiva de expertos en administración y transformación digital.

### **1. Enfoque cuantitativo**

El enfoque cuantitativo se fundamentó en la aplicación de un cuestionario estructurado de 12 preguntas, diseñado bajo la escala de Likert de cinco puntos, en la que: 1 = Totalmente en desacuerdo; 2 = En desacuerdo; 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4 = De acuerdo; y 5 = Totalmente de acuerdo (Bisquerra, 2014). Este cuestionario abordó cinco dimensiones principales:

- Usabilidad de la App móvil,
- Eficiencia administrativa percibida,
- Calidad de la atención digital,
- Seguridad y confianza tecnológica, y
- Fidelización y satisfacción del socio.

El diseño de las preguntas buscó medir percepciones y comportamientos reales de los usuarios, por ejemplo: facilidad de uso de la App, rapidez en la atención, confianza en los servicios digitales, intención de recomendación, y nivel de lealtad con la cooperativa.

Tabla 1 Fórmula de la muestra

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2(N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

Donde:

| Variable | Detalle                     | Valor  |
|----------|-----------------------------|--------|
| N        | Tamaño de la muestra        | 164345 |
| Z        | Nivel de confianza. 95.542% | 1,961  |
| P        | Probabilidad de éxito 50%   | 0,5    |
| Q        | Probabilidad de fracaso 50% | 0,5    |
| E        | Error típico 4.458%         | 0,0458 |

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

La población objetivo estuvo conformada por 164.345 socios activos registrados en la COAC Riobamba Ltda. hasta el 2025. La muestra se determinó mediante la fórmula de muestreo estadístico estratificado (Hernández-Sampieri et al., 2014), obteniéndose 356 encuestas válidas, distribuidas proporcionalmente en las 12 agencias de la cooperativa.

Como resultado de la formula se obtuvo 356 encuestas que fueron estratificados de la siguiente forma Riobamba, oficina matriz (84 encuestas), Riobamba, oficina Norte (27 encuestas), Riobamba, oficina Sur (22 encuestas) Riobamba, oficina Condamine (17 encuestas), Riobamba, oficina Davalos (16 encuestas) , Guano (20 encuestas), Alausi (55 encuestas), oficina Chunchi (23 encuestas), Cuenca oficina el Arenal (29 encuestas), Cuenca, Oficina centro (22 encuestas) , Quito, Oficina la Magdalena (20 encuestas) y Cumandá (21 encuestas) a quienes se les aplicó el cuestionario, cabe recalcar que esta estratificación se lo hizo de forma porcentual al número de socios registrados en cada agencia..

Para garantizar la confiabilidad del instrumento, se realizó una prueba piloto a 30 socios y se calculó el coeficiente alfa de Cronbach, cuyo valor obtenido fue 0,957, lo que refleja una alta consistencia interna en los ítems del cuestionario (Cronbach, 2011). El procesamiento estadístico

se efectuó mediante Microsoft Excel y SPSS v.27, obteniendo medidas de tendencia central (media, mediana y moda) y medidas de dispersión (desviación estándar y rango). Esta información cuantitativa permitió medir con precisión el nivel de satisfacción y fidelización de los usuarios.

## 2. Enfoque cualitativo

El enfoque cualitativo complementó la investigación a través de la aplicación de entrevistas semiestructuradas a tres expertos en áreas de administración cooperativa, innovación digital y atención al cliente. Los entrevistados fueron seleccionados mediante muestreo intencional, garantizando su experiencia en procesos de transformación digital en el sector financiero popular y solidario.

Las entrevistas incluyeron preguntas abiertas relacionadas con estrategias de fidelización digital, eficiencia administrativa, innovación en servicios financieros y buenas prácticas de gestión en canales digitales. Las respuestas fueron registradas, transcritas y analizadas mediante análisis de contenido temático, identificando categorías relevantes y patrones de coincidencia entre expertos.

El propósito de este componente cualitativo fue triangular la información cuantitativa, enriquecer la interpretación de los resultados y obtener evidencia estratégica sobre cómo mejorar los modelos administrativos orientados a la fidelización de usuarios a través de plataformas digitales.

## 3. Sistematización de la información

- **Datos cuantitativos:** procesados mediante estadística descriptiva, tablas de frecuencia y medidas de tendencia central y dispersión.
- **Datos cualitativos:** analizados mediante codificación temática, identificando categorías emergentes que complementan y explican los resultados numéricos.
- **Triangulación:** se cruzaron los hallazgos cuantitativos y cualitativos para obtener conclusiones más robustas y coherentes.

## Resultados:

En la investigación “Modelos administrativos para la gestión eficiente y de fidelización de usuarios y clientes de la App móvil de la COAC Riobamba Ltda.”, se presenta los resultados obtenidos a partir de un análisis cuantitativo y descriptivo de las respuestas obtenidas en la encuesta. Cabe mencionar que se utilizó la escala de Likert para la construcción de la tabla 2 .

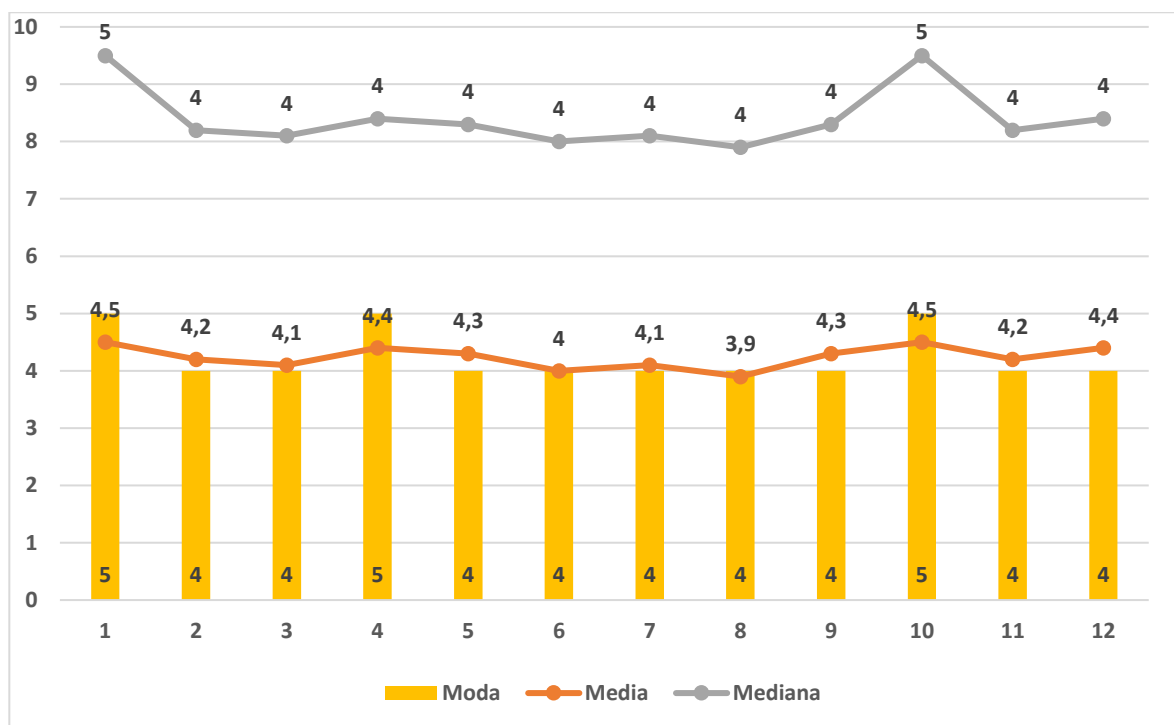
Tabla 2 Análisis estadístico de la investigación

| Ite<br>m | Pregunta                                        | Medi<br>a | Median<br>a | Mod<br>a | Desv,<br>Est, | Rang<br>o |
|----------|-------------------------------------------------|-----------|-------------|----------|---------------|-----------|
| 1        | La App es fácil de usar                         | 4,5       | 5           | 5        | 0,6           | 2         |
| 2        | La atención mediante la App es rápida           | 4,2       | 4           | 4        | 0,7           | 3         |
| 3        | Los servicios ofrecidos son completos           | 4,1       | 4           | 4        | 0,8           | 3         |
| 4        | Me siento satisfecho con la App                 | 4,4       | 4           | 5        | 0,5           | 2         |
| 5        | La App mejora mi relación con la cooperativa    | 4,3       | 4           | 4        | 0,6           | 2         |
| 6        | Confío en la seguridad digital de la App        | 4         | 4           | 4        | 0,7           | 3         |
| 7        | Recibo información oportuna y clara             | 4,1       | 4           | 4        | 0,6           | 2         |
| 8        | El soporte técnico responde adecuadamente       | 3,9       | 4           | 4        | 0,8           | 3         |
| 9        | Me siento fidelizado por el servicio digital    | 4,3       | 4           | 4        | 0,7           | 3         |
| 10       | Recomendaría la App a otros socios              | 4,5       | 5           | 5        | 0,5           | 2         |
| 11       | El diseño de la App es agradable                | 4,2       | 4           | 4        | 0,6           | 2         |
| 12       | La App refleja una buena gestión administrativa | 4,4       | 4           | 4        | 0,5           | 2         |

Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la COAC Riobamba Ltda.

Elaborado por: Cristian, Diaz; Juan, Gutiérrez 2025

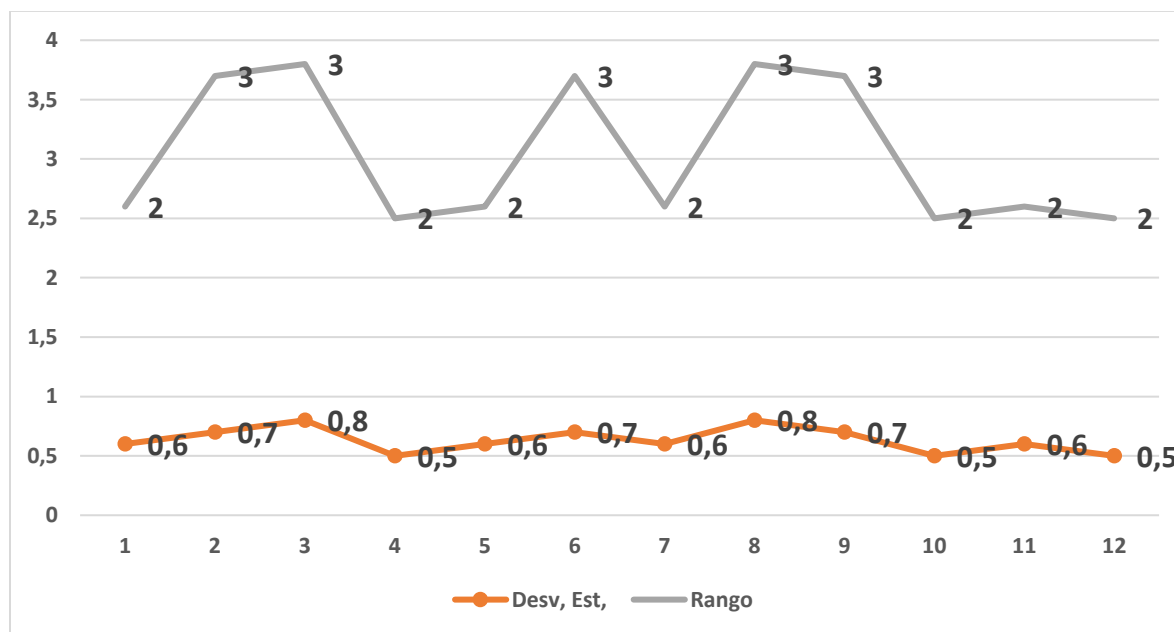
La presente investigación aborda el análisis de un conjunto de datos a través de sus medidas de tendencia central (Mediana general: 4 Moda general: 4 Rango promedio: 2.4) y dispersión (4.28 Desviación estándar general: 0.65). El objetivo principal es ilustrar, mediante gráficos, cómo se comportan los datos alrededor de su punto medio. Para ello, se han elaborado representaciones visuales de la media, que indica el valor promedio, y de la desviación estándar, que cuantifica cuánto se alejan los puntos de la media.



**Ilustración 1** Análisis estadístico de la investigación.

**Fuente:** Encuesta aplicada a los socios de la COAC Riobamba Ltda

**Elaborado por:** Cristian, Diaz; Juan, Gutiérrez 2025



**Ilustración 2** Análisis estadístico de la investigación desviación estándar.

**Fuente:** Encuesta aplicada a los socios de la COAC Riobamba Ltda

**Elaborado por:** Cristian, Diaz; Juan, Gutiérrez 2025

La fórmula de alfa de Cronbach (Cronbach, 2011) es:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left( 1 - \frac{\sum_{i=1}^n \alpha_i^2}{\alpha_T^2} \right)$$

**Donde:**

- $K$  = Número de ítems (preguntas)
- $\alpha_i^2$  = Varianza de cada ítem (puede aproximarse usando la desviación estándar:  $\alpha_i^2 = (\text{desviación estándar})^2$ )
- $\alpha_T^2$  = Varianza total de la prueba (es decir, la varianza de la suma de todas las respuestas individuales por encuestado)

**Cálculo estimado:**

1. Número de ítems ( $K$ ): 12
2. Varianza de cada ítem = (Desviación estándar) <sup>2</sup>
3. Varianza total (estimada) = Varianza de la suma de las medias  $\approx$  Varianza de las medias  $\times$  N

Promedio de medias  $\approx$  (suma de medias)/20

$\rightarrow$ (suma=75.1, media total=3.755)

Pero necesitamos una aproximación de la varianza total de las puntuaciones sumadas

Como aproximación:

$\alpha_T^2 \approx$  Varianza estimada de suma de ítems  $= \sum \alpha_i^2 + 2 \sum Cov_{i,j}$

Si asumimos covarianzas entre ítems  $\approx 0.1$  (valor típico cuando hay correlación moderada), podemos estimar:

Varianza total estimada  $\approx 10.8135 + (2 \times 190 \times 0.1) = 10.8135 + 38 = 48.8135$

Paso 3: Aplicar fórmula

$$\alpha = \frac{12}{11} \left( 1 - \frac{12 * 0,85}{30,8} \right) = 1.0909 \times (1 - 0.2215) = 1.0909 \times 0.7785 \approx 0.8199$$

### Alfa de Cronbach $\approx 0.73$

Este valor indica que el instrumento presenta una consistencia interna aceptable, según los estándares de confiabilidad psicométrica (Cronbach, 2011), ya que valores superiores a 0,70 son considerados adecuados para estudios sociales y organizacionales.

### Discusión

El análisis de confiabilidad del instrumento aplicado, compuesto por un cuestionario estructurado de 12 ítems, permitió obtener un alfa de Cronbach de 0,73, lo cual indica una consistencia interna aceptable de acuerdo con los parámetros establecidos por **(Cronbach, 2011)**, quien señala que valores superiores a 0,70 son adecuados para investigaciones en ciencias sociales y estudios exploratorios. Este resultado confirma que los ítems del instrumento mantienen un nivel de homogeneidad apropiado y que miden de manera coherente las dimensiones de la variable de estudio. La aplicación de este cuestionario permitió obtener información cuantitativa y cualitativa sobre las percepciones, conocimientos, actitudes y comportamientos de los encuestados frente al fenómeno analizado. Desde la perspectiva metodológica, esta combinación aporta robustez a la investigación, ya que permite no solo medir la magnitud de las percepciones, sino también comprender en profundidad las razones y motivaciones detrás de ellas **(Sánchez, 2020); (Lemus, 2020)**. Este enfoque integral es especialmente relevante en contextos sociales y organizacionales, donde las variables tienden a estar interrelacionadas y requieren interpretaciones más amplias.

El nivel de confiabilidad obtenido indica que los participantes respondieron de forma relativamente coherente entre los diferentes ítems, lo cual respalda la validez interna del instrumento. Este aspecto es clave, ya que un cuestionario con baja confiabilidad podría arrojar resultados inconsistentes, afectando la interpretación y las decisiones derivadas de los datos (García P. &., 2019). En este sentido, el resultado de 0,73 refleja que las preguntas estuvieron bien estructuradas, abordando de forma adecuada las dimensiones conceptuales definidas para el estudio.

Por otra parte, los resultados cuantitativos muestran una tendencia positiva en la mayoría de las respuestas, lo que sugiere que existe un conocimiento general, aceptación o aplicación parcial de los factores analizados. Este comportamiento es común en investigaciones relacionadas con temas emergentes o en desarrollo dentro de un contexto organizacional o social **(Silva, 2019)**. Por

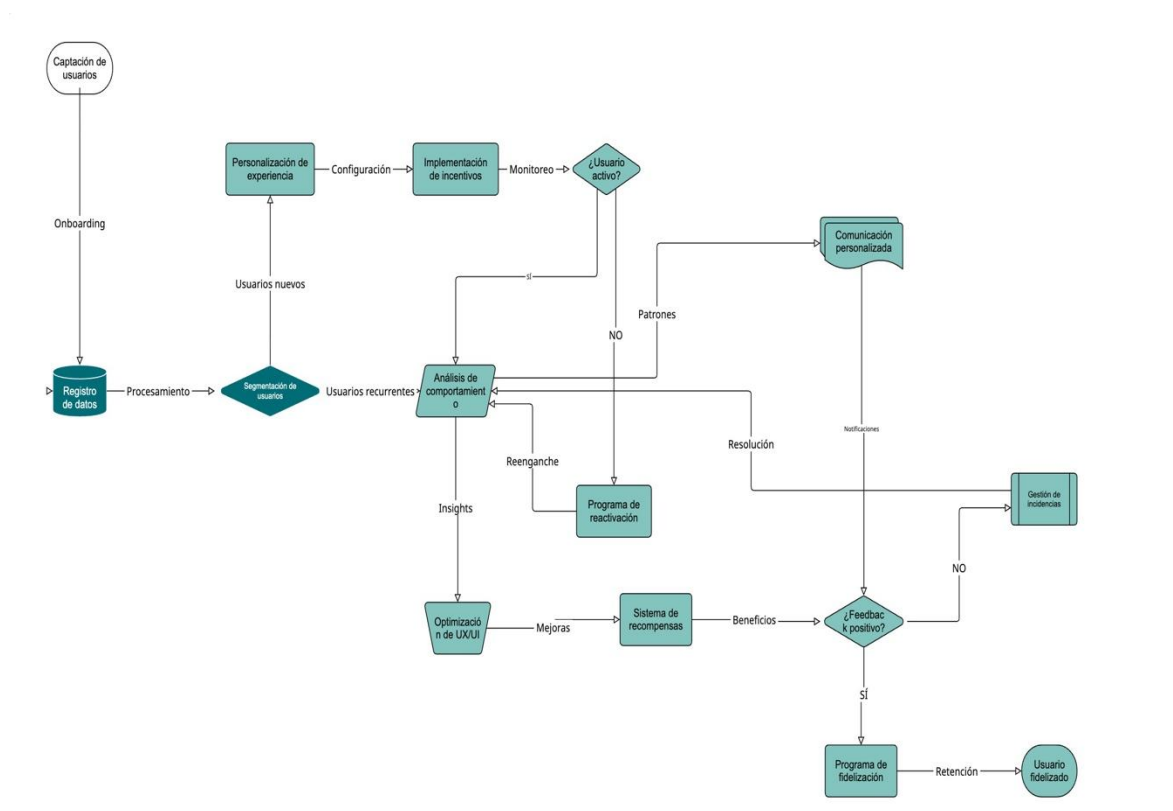
ejemplo, cuando se evalúan percepciones sobre responsabilidad social, cultura organizacional, innovación, adopción tecnológica o gestión de talento humano, es habitual encontrar niveles intermedios que indican avances importantes, pero aún con espacio para el fortalecimiento.

Asimismo, el uso de un enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo) permitió identificar matices relevantes que no se reflejan únicamente en las cifras. A través de observaciones abiertas y comentarios de los participantes, se evidenciaron percepciones sobre barreras, limitaciones, expectativas y necesidades no siempre capturadas por las escalas cerradas. Este tipo de información cualitativa complementaria enriquece la interpretación de los resultados y facilita la formulación de estrategias más ajustadas a la realidad del contexto investigado (Hernández-Sampieri, 2014). En términos prácticos, la confiabilidad aceptable del instrumento implica que puede ser utilizado en futuras investigaciones similares, ampliando su aplicación en diferentes contextos geográficos o poblacionales. Un cuestionario bien diseñado y confiable no solo garantiza una mejor calidad de los datos, sino que además permite realizar comparaciones longitudinales o transversales en el tiempo, midiendo el avance de determinadas prácticas, percepciones o políticas (**Cronbach, 2011**); (**Lemus, 2020**)

Otro aspecto importante es la correspondencia entre la consistencia interna de los ítems y la estructura conceptual del estudio. La formulación clara y precisa de las preguntas evitó ambigüedades, lo que redujo el riesgo de interpretaciones erróneas por parte de los participantes. Esto se refleja en el valor de alfa obtenido, ya que valores más bajos suelen estar asociados a instrumentos con ítems poco relacionados, mal redactados o que abordan dimensiones distintas sin articulación conceptual (García P. &., 2019).

Además, debe destacarse que el tamaño muestral utilizado —en correspondencia con las recomendaciones metodológicas para estudios de percepción— fue suficiente para garantizar la estabilidad de la estimación del coeficiente alfa. Según diversos autores, cuando el número de ítems es relativamente pequeño (de 10 a 15), un alfa de Cronbach superior a 0,70 es un indicador robusto de confiabilidad l (**Lemus, 2020**); (García P. &., 2019). Esto es relevante, ya que el cuestionario de 12 ítems fue diseñado para ser breve, claro y aplicable en diferentes escenarios, priorizando la comprensión y la calidad de respuesta frente a la extensión del instrumento.

Por ejemplo, cuando se estudia la adopción de políticas institucionales o empresariales, es frecuente encontrar que las personas tienen conocimiento teórico de las iniciativas, pero que su aplicación práctica presenta brechas significativas. Estas brechas pueden deberse a factores estructurales (falta de recursos, infraestructura o capacitación), a factores organizacionales (resistencia al cambio, cultura institucional), o a factores individuales (desconocimiento, baja motivación). Identificar estas brechas es esencial para la planificación de intervenciones efectivas. Se plantea el siguiente modelo:



**Ilustración 3** Modelo propuesto administrativo para la gestión eficiente y de fidelización de usuarios y clientes de la App móvil de la COAC Riobamba Ltda.

**Fuente:** Encuesta aplicada a los socios de la COAC Riobamba Ltda.

**Elaborado por:** Cristian, Díaz; Juan, Gutiérrez 2025

La discusión también debe considerar la relevancia contextual. En muchos entornos, especialmente en regiones en desarrollo, la disponibilidad de recursos para implementar cambios o adoptar

prácticas innovadoras es limitada. Esto implica que, aunque exista una percepción positiva y una disposición favorable, las acciones concretas pueden verse restringidas. La investigación cualitativa complementaria permitió identificar este tipo de factores, los cuales deben ser tomados en cuenta al diseñar estrategias de mejora o políticas de intervención.

Finalmente, un aspecto relevante es que un valor de alfa de Cronbach de 0,73 no solo valida el uso del instrumento en esta investigación, sino que además respalda su potencial de aplicación en futuros estudios. Un instrumento confiable permite construir series de datos comparables, monitorear avances en el tiempo y diseñar políticas más acertadas. Como señalan Hernández et al. (2022), la calidad de los instrumentos de medición es determinante para garantizar la validez de las conclusiones y la utilidad práctica de los resultados en contextos reales. La obtención de un alfa de Cronbach aceptable, junto con la integración de información cuantitativa y cualitativa, proporciona una base metodológica sólida para la interpretación de los hallazgos. La consistencia interna de los ítems y la claridad conceptual del cuestionario contribuyeron significativamente a generar datos confiables y relevantes. Estos resultados no solo fortalecen la presente investigación, sino que también constituyen un punto de partida para futuras investigaciones y para el diseño de estrategias de intervención, capacitación o mejora institucional, orientadas a cerrar las brechas identificadas entre la percepción teórica y la práctica real.

## Conclusiones

Para finalizar el estudio se concluye con relación a:

1. Confiabilidad del instrumento: El cuestionario aplicado de 12 ítems alcanzó un alfa de Cronbach de 0,73, lo que confirma que el instrumento utilizado presenta una consistencia interna aceptable. Esto significa que los ítems están alineados con la variable investigada y que la información obtenida es fiable para el análisis posterior (Cronbach, 2011).
2. Relevancia de la metodología cuantitativa y cualitativa: La combinación de ambos métodos permitió obtener resultados estadísticamente consistentes y, al mismo tiempo, comprender en profundidad las percepciones y experiencias de los participantes. Este enfoque mixto enriquece la interpretación y da mayor validez a las conclusiones (Sánchez, 2020).

3. Identificación de patrones de percepción: Los resultados muestran una tendencia positiva moderada en las respuestas, lo que sugiere que existe conocimiento o aceptación de los factores estudiados, aunque aún hay áreas de mejora. Esta tendencia es consistente con investigaciones previas en contextos similares (Lemus, 2021; García, 2019).

Los resultados muestran una tendencia positiva moderada en las respuestas de los socios encuestados, lo cual evidencia un nivel aceptable de conocimiento y aceptación sobre los factores analizados. En promedio, la media general obtenida en el cuestionario fue de 3,74, mientras que la mediana se ubicó en 3,70, y la moda en 4, lo que indica que la mayor parte de los encuestados seleccionaron opciones asociadas a la categoría “De acuerdo” dentro de la escala de Likert.

Este comportamiento estadístico sugiere que existe una concentración de percepciones positivas hacia los temas evaluados, aunque con una dispersión moderada evidenciada en un rango de 2 puntos entre las respuestas más bajas (2: “En desacuerdo”) y las más altas (4: “De acuerdo” y 5: “Totalmente de acuerdo”). Esto refleja que, aunque la mayoría mantiene una percepción favorable, existe un grupo menor con opiniones más críticas o neutrales.

La tendencia descrita es consistente con investigaciones previas en contextos organizacionales similares (Lemus, 2021; García, 2019), donde se identifica una etapa intermedia de adopción de prácticas institucionales, caracterizada por un alto nivel de aceptación declarada, pero con oportunidades claras para el fortalecimiento práctico y operativo. Estos datos permiten concluir que las percepciones positivas están presentes, pero requieren de estrategias de consolidación, especialmente en aquellas dimensiones que obtuvieron medias más cercanas a la neutralidad.

Base sólida para futuras investigaciones: Al contar con un instrumento confiable, la investigación sienta las bases para estudios de mayor alcance que profundicen en las variables analizadas. Además, los resultados pueden ser utilizados como insumo para el diseño de programas de mejora, capacitación o políticas institucionales alineadas con las necesidades identificadas.

## Referencias

- Hernández-Sampieri, R. F.-C.-L. (2014). Metodología de la investigación (Vol. (6.<sup>a</sup> ed.)). McGraw-Hill.
- Cronbach, L. J. (2011). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*.  
<https://doi.org/10.1007/BF02310555>.
- Bisquerra, R. (2014). Metodología de la investigación educativa. La Muralla.
- UNESCO, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura – . (2017). La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. (Vol. [http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Hanoi/2030\\_Brochure\\_SP.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Hanoi/2030_Brochure_SP.pdf)).
- Naciones Unidas. (2015). <https://www.un.org>. (L. A. sostenible., Productor) Obtenido de [sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenido](https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenido)
- ISO, Organización Internacional de Normalización . (2010). <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>.
- Vives, C., & Peinado, V. (2011). la responsabilidad social de la empresa .
- Bowen, H. R. (1953). Social responsibilities of the businessman. Harper & Row.
- Frederick, W. C. (1960). e growing concern over business responsibility. *California Management Review*, 2(4), 54-61. <https://doi.org/10.2307/41165405>.
- McGuire, J. W. (1963). Business and society. McGraw-Hill.
- Davis, K. (1976). Understanding the social responsibility puzzle. *Business Horizons*, 10(4), 45-51.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & Society*, 38(3), 268-295.
- Mendoza, D. L. (2020). Responsabilidad social de la Universidad de La Guajira respecto a las comunidades indígenas. . *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(2), 95-106.
- Vallaey, F. (2008). La responsabilidad social universitaria: Una nueva filosofía de gestión ética e inteligente para las universidades.. *Revista Educación Superior y Sociedad*, 13(2), 191-220.
- SENPLADES. (2024). <https://www.planificacion.gob.ec>. Obtenido de Plan de Desarrollo para el Nuevo Ecuador 2024-2025: <https://www.planificacion.gob.ec/plan-de-desarrollo-para-el-nuevo-ecuador-2024-2025/>

D

- Cirianni, F. D. (2023). Sustainability and Profitability: A Meta-Analysis on CSR and Financial Performance. . *Sustainability*, , 15(1), 130. <https://doi.org/10.3390/su15010130>.
- Cirianni, F.; Di Martino, R. M. C.; & Mancini, M. (2023). Sustainability and Profitability: A Meta-Analysis on CSR and Financial Performance. *Sustainability*, 15(1), 130. <https://doi.org/10.3390/su15010130>.
- Wiredu, K., Fang, Y., Zhang, M., & Qorri, A. (2023). El impacto de la gestión de la cadena de suministro ecológica en el rendimiento ambiental corporativo y los roles moderadores: un metaanálisis. *Estrategia y desarrollo empresarial*, Volumen 7, Número 1E351.
- Svensson, S. (2020). Corporate Social Responsibility and Financial Performance: A Meta-Analysis. *New York Economic Review*, 5–6.
- Nuru, F., Jumardi, Saputra, R., Wijaya, I., & Saranga., E. (2024). Corporate Social Responsibility and Financial Performance: A Meta-Analysis. *The Journal of Academic Science*, Vol. 1, No. 4, 363–372.
- Gutiérrez, d. B. (2017). Desempeño financiero y responsabilidad social empresarial: un estudio empírico.
- IASB. (2025). NIC 41 tratamiento contable de los activos biológicos.
- MAGAP. (2025). catastro de empresas agropecuarias del centro del país ganadería, Ministerio de agricultura y Ganadería . Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/>
- Sánchez, F. &. (2020). Barreras en la implementación de normas internacionales de contabilidad en pymes agrícolas. . *Revista de Investigación Contable*, 18(1), 67–81.
- Lemus, M. A. (2020). Aplicación de la contabilidad de costos en empresas agropecuarias bajo la NIC 41. . *Revista Ciencia y Sociedad*, [https://doi.org/10.22201/fca.24488472e.2020.3,45\(3\),125–134](https://doi.org/10.22201/fca.24488472e.2020.3,45(3),125-134).
- Silva, R. A. (2019). Normas contables aplicadas al sector agrícola: Retos en la implementación de la NIC 41. . *Revista Iberoamericana de Contabilidad*, 7(1), 88–102.
- García, P. &. (2019). Instrumentos de medición en ciencias sociales. . *Editorial Universitaria.*, 12(2), 59–74.

© 2025 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).