UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de investigación previo a la obtención del Título de Licenciada en Administración de Empresas

TEMA: "La estrategia empresarial y la asociatividad para el sector apícola en la provincia de Tungurahua"

AUTORA: Karen Paola Flores Prado

TUTOR: Ing. Jorge Enrique Jordán Vaca, Mg.

AMBATO – ECUADOR

Junio 2026

APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Jorge Enrique Jordán Vaca, Mg.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación "**La estrategia empresarial y la asociatividad para el sector apícola en la provincia de Tungurahua**" presentado por la señorita **Karen Paola Flores Prado** para optar por el título de Licenciada en Administración de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 18 de junio del 2026

Ing. Jorge Enrique Jordán Vaca, Mg.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Karen Paola Flores Prado,** declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciada en Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.

Karen Paola Flores Prado

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

Ing. María Dolores Guamán Guevara, PhD.

Dr. Jorge Francisco Abril Flores, Mg.

Ambato, 18 de junio del 2026

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto de investigación con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este proyecto dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Karen Paola Flores Prado

DEDICATORIA

A Dios, porque sin él nada de esto hubiese sido posible. Gracias por acompañarme en cada paso, darme las fuerzas cuando sentía que no podía más y llenarme de sabiduría para alcanzar esta meta, recordándome siempre que tus planes son perfectos y llegan en el momento indicado.

A mi madre Alexandra Prado, por ser mi mayor inspiración y por ser el motor de mi vida. Gracias por tu amor incondicional, por cada sacrificio realizado y por nunca dejarme sola en este camino. Todo lo que soy y este logro alcanzado también llevan una parte de ti.

A mi familia, hermanos y tías, gracias por acompañarme siempre con amor y apoyo incondicional. Y en especial a mis primitos Aithana y Matthew, quienes con su cariño, alegría y ternura lograron iluminar muchos de mis días.

A todas aquellas personas que me brindaron su apoyo, su tiempo y su cariño a lo largo de este camino. Gracias por cada gesto, consejo, por hacerme sentir bien y por creer en mí. Este logro también lleva un pedacito de cada uno de ustedes.

Y de manera muy especial, a mis mascotas Chema y Chama, quienes llegaron a mi vida en el momento indicado. Gracias por estar conmigo cuando más lo necesitaba, por enseñarme a ver la vida con más amor, esperanza y por enseñarme a no rendirme. Por su cariño y por recibirme siempre con tanta alegría cada vez que llegaba a casa. Gracias por ese amor tan puro, sincero y por hacerme sentir siempre acompañada y protegida. A Molly y Gatriz, quienes siempre me acompañaron en mis desvelos y estuvieron a mi lado en cada momento. Gracias por su compañía diaria, por brindarme tranquilidad y nunca hacerme sentir sola. Ustedes han sido una parte muy especial de mi vida y de este trayecto.

Finalmente, este logro me lo dedico a mí misma, porque incluso en los momentos en que dudé de mí o pensé que no lo lograría, decidí seguir adelante. A pesar del cansancio y las dificultades, no me rendí. Cada paso, cada caída y cada esfuerzo me trajeron hasta aquí; hoy cierro esta etapa con gratitud y orgullo**.**

Karen Paola Flores Prado

AGRADECIMIENTO

A Dios, por ser mi apoyo constante, por brindarme la sabiduría, paciencia fortaleza en cada etapa de este camino, y por darme salud y vida para alcanzar este logro.

A mi madre, por ser mi mayor inspiración; gracias por guiar y cuidar mis pasos, gracias por orar por mí siempre y enseñarme a ser feliz y agradecida.

A mi padre, por su apoyo a lo largo de este proceso. Aunque no estuvo presente físicamente, su cariño y respaldo me acompañaron y me ayudaron a seguir adelante.

A mi familia, por el apoyo y el cariño incondicional. Gracias por acompañarme en este proceso por creer en mí y por ser mi fuerza en cada trayecto de mi vida.

A Ismael, quien es una persona muy especial en mi vida, mi compañero de aventuras, quien ha estado apoyándome en cada momento, gracias por tu comprensión en los momentos más difíciles, gracias por estar conmigo en las buenas y en las malas. Tu presencia hizo este camino más bonito y significativo para mí.

A mis amigos que la universidad me regaló, gracias por ser esa amistad bonita, y por hacer que la universidad sea una etapa más increíble, llena de risas, salidas y momentos inolvidables.

A mi bestie Andrés, gracias por estar presente aun en la distancia, por cada mensaje, cada llamada y cada palabra que me motivó en momentos difíciles. Gracias por tu linda amistad. Gracias por ser un gran amigo.

A Geovanny, gracias por tu linda amistad; por tus palabras de aliento, por creer en mí incluso cuando yo dudaba, por motivarme a seguir adelante y a enseñarme a no rendirme.

A mi tutor de tesis Doc. Jorge Jordán, por su soporte y guía durante el desarrollo de este proyecto.

Karen Paola Flores Prado

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO iv
DERECHOS DE AUTOR v
DEDICATORIA vi
AGRADECIMIENTO vii
ÍNDICE GENERAL viii
ÍNDICE DE TABLAS x
ÍNDICE DE ANEXOS xi
RESUMEN EJECUTIVO xii
ABSTRACT xiii
CAPÍTULO I.- MARCO TEÓRICO 1
1.1. Antecedentes Investigativos **1**
1.2. Objetivos 2
1.2.1. Objetivo General 2
1.2.2. Objetivos Específicos 3
1.3. Problema de Investigación 3
1.4. Justificación 4
1.5. Marco Teórico 5
1.5.1. Fundamentación teórica de la estrategia empresarial 5
1.5.2. Importancia de la estrategia empresarial en organizaciones productivas 6
1.5.3. Enfoques contemporáneos de la estrategia empresarial 6
1.5.4. Componentes de la estrategia empresarial 7
1.5.6. Dimensiones de la estrategia empresarial 8
1.5.7. Fundamentación teórica de la asociatividad 12
1.5.8. Importancia de la asociatividad 13
1.5.9. Asociatividad en contextos rurales y agro productivos 13
1.5.10. Asociatividad y gobernanza 14
1.5.11. Asociatividad en el sector apícola 14
1.5.12. Dimensiones de la variable asociatividad 16
CAPÍTULO II.- METODOLOGÍA 19

2.1. Materiales 19
2.2. Enfoque 19
2.3. Alcance o Tipo 20
2.4. Modalidad 20
2.5. Población y muestra 20
2.6. Técnica 21
2.7. Instrumento 21
CAPÍTULO III.- RESULTADOS 24
3.1. Análisis y discusión de los resultados 24
3.1.1. Análisis de confiabilidad 29
3.1.2. Resultados descriptivos por variables y dimensiones 30
3.1.3. Resultados por ítems 32
3.1.4. Prueba de normalidad 34
3.1.5. Análisis correlacional 35
3.2. Discusión 36
CAPÍTULO IV.- CONCLUSIONES 40
4.1. Conclusiones 40
BIBLIOGRAFÍA **41**
ANEXOS **49**

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Componentes de la estrategia empresarial 7
Tabla 2. Síntesis de las dimensiones de la estrategia empresarial..... 12
Tabla 3. Aportes de la asociatividad en organizaciones productivas y apícolas 16
Tabla 4. Codificación de variables, dimensiones e ítems del instrumento..... 24
Tabla 5. Baremo de interpretación de las medias..... 29
Tabla 6. Confiabilidad interna del instrumento..... 29
Tabla 7. Estadísticos descriptivos por variables y dimensiones..... 30
Tabla 8. Distribución de frecuencias de los ítems de asociatividad empresarial 31
Tabla 9. Distribución de frecuencias de los ítems de asociatividad empresarial..... 32
Tabla 10. Distribución de frecuencias de los ítems de estrategia empresarial 33
Tabla 11.Prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov con corrección de Lilliefors 34
Tabla 12. Matriz de correlaciones Rho de Spearman entre dimensiones..... 35
Tabla 13. Correlación entre estrategia empresarial y asociatividad 36

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Validación por expertos 49
Anexo 2. Instrumento del estudio 52

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación centró sus esfuerzos al análisis de la relación entre la estrategia empresarial y la asociatividad en los productores apícolas de la provincia de Tungurahua. En ese sentido, la apicultura es una actividad importante para la seguridad alimenticia, la conservación ambiental y la generación de ingresos rurales; sin embargo, su desarrollo necesita de capacidades organizativas, planificación y cooperación entre productores.

Por esta razón, esta investigación respondió a la necesidad actual de mejorar el sector apícola frente a limitaciones como el trabajo individual, el bajo acceso a mercados, la débil relación institucional y la escasa consolidación de ventajas competitivas. La presente investigación se desarrolló con enfoque cuantitativo, alcance descriptivo-correlacional, modalidad bibliográfica y de campo, y diseño no experimental transversal. Además, se aplicó una encuesta con escala tipo Likert de cinco niveles a 234 productores apícolas de Tungurahua.

Los resultados evidenciaron un nivel alto de estrategia empresarial, con una media de 4.17, y un nivel alto de asociatividad empresarial, con una media de 4.10. Además, la prueba Rho de Spearman mostró una relación positiva, baja y entre las dos variables de estudio, con un coeficiente de 0.177 y p un valor de 0.007.

Por lo tanto, se concluye que la estrategia empresarial se relaciona con la asociatividad de los empresarios apícolas, aunque su influencia no es determinante por sí sola. Por lo tanto, fortalecer este sector requiere de consolidar la planificación estratégica, la ventaja competitiva, la toma de decisiones, entre otros, como condiciones necesarias para lograr la sostenibilidad productiva y comercial en la ciudad de Tungurahua.

PALABRAS CLAVES: INVESTIGACIÓN, ESTRATEGIA EMPRESARIAL, ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL, APICULTURA, PRODUCTORES DE MIEL, TUNGURAHUA.

ABSTRACT

This study focused on analyzing the relationship between business strategy and business collaboration among beekeepers in the province of Tungurahua. In this regard, beekeeping is an important activity for food security, environmental conservation, and rural income generation; however, its development requires organizational skills, planning, and cooperation among producers.

For this reason, this study addressed the current need to improve the beekeeping sector in the face of constraints such as individual work, limited market access, weak institutional ties, and insufficient consolidation of competitive advantages. This research was conducted using a quantitative approach, with a descriptive-correlational scope, employing both literature review and fieldwork methods, and utilizing a non-experimental cross-sectional design. Additionally, a survey using a five-point Likert scale was administered to 234 beekeepers in Tungurahua.

The results showed a high level of business strategy, with an average of 4.17, and a high level of business collaboration, with an average of 4.10. Furthermore, Spearman's Rho test revealed a weak positive correlation between the two study variables, with a coefficient of 0.177 and a p-value of 0.007.

Therefore, it is concluded that business strategy is related to the associativity of beekeeping entrepreneurs, although its influence is not decisive on its own. Consequently, strengthening this sector requires consolidating strategic planning, competitive advantage, and decision-making, among other factors, as necessary conditions for achieving productive and commercial sustainability in the city of Tungurahua.

KEYWORDS: INVESTIGATION, BUSINESS STRATEGY, BUSINESS ASSOCIATION, BEEKEEPING, HONEY PRODUCERS, TUNGURAHUA.

CAPÍTULO I.- MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes Investigativos

En primera instancia se cita a Huamán et al. (2023), quienes realizaron el estudio "Estrategia asociativa para la competitividad de los apicultores", cuyo objetivo fue determinar la relación entre la estrategia asociativa y la competitividad en los productores apícolas. La determinación de la relación entre la estrategia asociativa y la competitividad de los Apicultores fue el propósito general de la investigación. Respecto a la metodología, el alcance de la investigación se sitúa en el nivel correlacional, puesto que se estudió el nivel de asociación que poseen ambas variables. Los resultados obtenidos, demostraron que la estrategia asociativa y los aspectos organizacional, financieros y comerciales se asociación considerablemente con la competitividad.

Por otro lado, Velasco et al. (2020) desarrollaron una investigación titulada "Modelo de gestión empresarial para la administración de la asociación de apicultura ASOPROAPIMIEL en Manabí, Ecuador". El objetivo fue establecer un modelo de gestión empresarial para la administración de la asociación de apicultores aroma y sabor "ASOPROAPIMIEL". Además, Se recurrió a fuentes de información primaria y secundaria. En la construcción del modelo se emplearon los métodos de modelación y sistémico, expresándose en el diseño, el enfoque integral y articulador de sus componentes. Finalmente, los resultados demostraron que la implementación de estrategias de gestión empresarial tiende a mejorar la organización interna, la productividad y la comercialización de los productos apícolas.

Continuando con la misma línea, Alcívar (2024) desarrolló una investigación sobre la gestión agroempresarial en la apicultura en la provincia de Manabí, Ecuador. El objetivo de la presente investigación es definir las características que configuran los modelos de gestión aplicados a esta actividad. A fin de alcanzarlo se realiza una investigación cualitativa con un enfoque exploratorio y descriptivo con la utilización de entrevistas, revisión documental y la observación de las prácticas de la apicultura en la provincia de Manabí y concluye con una propuesta de modelo de gestión agroempresarial aplicado a la apicultura. Los resultados indicaron que una adecuada

gestión empresarial mejora la eficiencia de los procesos productivos y contribuye a la sostenibilidad económica del sector apícola.

En el mismo sentido Fernández et al., (2024), realizaron una investigación titulada "Modelo de gestión comercial para la asociación apícola Reinas Obreras de San Antonio, Ecuador"; el objetivo de esta investigación se centra en analizar el proceso de gestión comercial en la Asociación Reinas Obreras de la parroquia San Antonio del cantón Chone para la generación de ventajas competitivas. La metodología empleada se basó en un enfoque mixto, de tipo bibliográfico y de campo que permitió obtener datos sobre la situación actual de la asociación, el uso de los métodos analítico-sintético y deductivo e inductivo facilitó la elaboración de juicios para la elaboración de objetivos y estrategias en conjunto con las matrices FODA, perfil competitivo, SMART y marketing MIX. Los resultados demostraron que la implementación de estrategias comerciales fortalece el posicionamiento de los productos apícolas y mejora los ingresos de los productores.

Para finalizar, autores como Soledispa & Feijó (2025) investigaron las habilidades empresariales en la sostenibilidad de negocios artesanales y apícolas en Ecuador, su estudio tuvo una metodología con un enfoque descriptivo y un diseño mixto, donde se encuestó a 49 emprendedores (77,6 % apicultores y el 22,4 % artesanos). Además, los resultados de este estudio revelaron que, si bien la mayoría cuenta con experiencia significativa, sus niveles de capacitación formal son bajos, y evidencia deficiencias en áreas clave como planificación del negocio, gestión financiera e innovación. Se concluye que el fortalecimiento de las competencias empresariales es indispensable para mejorar la sostenibilidad económica de la comunidad.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

- Analizar la estrategia empresarial y la asociatividad del sector apícola de la provincia de Tungurahua.

1.2.2. Objetivos Específicos

1. Fundamentar teóricamente la estrategia empresarial y la asociatividad en el sector apícola.
2. Caracterizar el tipo de estrategia empresarial que puede implementarse en el sector apícola de la provincia de Tungurahua.
3. Diagnosticar el grado de asociatividad en el sector apícola de la provincia de Tungurahua.

1.3. Problema de Investigación

En los actuales momentos, el sector de la apicultura, a nivel mundial, se ha convertido en una actividad productiva muy estratégica para la seguridad alimentaria, dejando de ser una de carácter de subsistencia, como también en el soporte de la preservación del medio ambiente. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2021)., las abejas (Apis mellifera Linnaeus) son responsables de la polinización de una tercera parte de los alimentos que consume la humanidad. No obstante, este sector enfrenta hoy una crisis multidimensional; puesto que, a nivel internacional, el cambio climático, el uso indiscriminado de pesticidas y la pérdida de biodiversidad floral han generado una disminución alarmante en las poblaciones de polinizadores, afectando directamente la productividad de las colmenas. (Dicks, 2021)

En el Ecuador, y específicamente en la provincia de Tungurahua, el sector apicultor cuenta con un nicho subexplotado debido a su diversidad climática y floral, condiciones que permiten, una producción caracterizada por mieles de altura y de zonas templadas.

Además, el sector apícola de la provincia de Tungurahua es caracterizada por ser una actividad de pequeños empresarios y un enfoque donde predomina lo artesanal; en este sentido, los apicultores, en su mayoría, operan como unidades productivas aisladas, y carecen de una visión empresarial cohesionada.

Es importante mencionar que, muchos apicultores de la provincia de Tungurahua y del país desarrollan su actividad de manera individual, sin formar relaciones o cooperaciones que les permitan mejorar sus procesos productivos, compartir recursos, obtener capacitación y fortalecer su posicionamiento en el mercado.

Al respecto de la tesis anterior, Rodríguez (2021) menciona que, cuando los productores operan de forma independiente, pierden su capacidad de negociación frente a proveedores y, más grave aún, frente a intermediarios que dictan precios de mercado que a menudo no cubren los costos operativos reales.

De esa misma forma, la ausencia de estrategias empresariales adecuadas limita procesos empresariales y sin una orientación estratégica clara, los productores enfrentan dificultades para optimizar la producción, mejorar la calidad de los productos y generar valor agregado.

En este contexto, es necesario analizar el papel que interviene la estrategia empresarial como herramienta para mejorar la asociatividad entre los productores apícolas y mejorar el desarrollo del sector en la provincia de Tungurahua.

A nivel técnico, la escases de asociatividad se convierte en una brecha de conocimiento; por ejemplo, los apicultores aislados tienen dificultades para acceder a capacitaciones sobre buenas prácticas apícolas (BPA) o para obtener certificaciones de calidad (como los registros sanitarios ARCSA), lo que restringe su entrada a supermercados y mercados especializados.

En ese sentido, la estandarización del producto (miel, polen, propóleo) es casi inexistente, lo que produce la adulteración del mercado y desincentiva al consumidor local; esto se respalda a través de Pérez y Gómez (2022) quienes mencionan que, la ausencia de estructuras organizativas formales no solo limita la eficiencia, sino que perpetúa la informalidad, dejando al sector vulnerable a crisis de precios y cambios regulatorios.

1.4. Justificación

La presente investigación tiene un carácter relevante debido a busca analizar la relación entre la estrategia empresarial y la asociatividad en el sector apícola de la provincia de Tungurahua, cuyo objetivo fundamental es identificar los indicadores más relevantes que permitan fortalecer la organización de los productores apícolas y de esta manera mejorar su competitividad en el mercado comercial.

Desde el punto de vista económico, la investigación como medio de ayuda, ayudará a identificar estrategias que permitan mejorar la productividad, incrementar los ingresos

de los apicultores y fomentar el desarrollo del sector de la provincia y del país. Desde el ámbito social, este trabajo pretende promover la asociatividad entre los productores apícolas, con lo que se pueda generar mayores oportunidades de cooperación, intercambio de conocimientos y fortalecimiento de las organizaciones apícolas de este sector importante de la economía regional y del país.

Por otro lado, en el ámbito académico, la investigación aportará información teórica y práctica referente a la aplicación de estrategias empresariales en el sector apícola, lo que servirá como referencia para futuros investigadores que incursionen en trabajos relacionados con el desarrollo productivo y la economía rural, mediante la apicultura y sus medios de producción.

Finalmente, los resultados de esta investigación, servirá como base para la formulación de la propuesta de solución, que colaborará al fortalecimiento del sector apícola en la provincia de Tungurahua.

1.5. Marco Teórico

1.5.1. Fundamentación teórica de la estrategia empresarial

1.5.1.1. Conceptualización de la estrategia empresarial

La estrategia empresarial se la puede definir como un proceso sistemático mediante el cual las organizaciones analizan su entorno interno y externo, establecen objetivos de largo plazo y diseñan acciones orientadas a la obtención de ventajas competitivas sostenibles (Molina et al., 2023). Desde esta perspectiva, García et al. (2025) argumentan que la estrategia empresarial no se limita únicamente a la planificación, sino que comprende también la formulación, ejecución y evaluación continua de decisiones organizacionales en función de los cambios del entorno.

De acuerdo con estudios recientes, la estrategia empresarial puede entenderse como un conjunto articulado de prácticas y decisiones que permite a las organizaciones anticiparse a las variaciones del mercado, optimizar sus recursos y fortalecer su posicionamiento competitivo (García et al., 2025; Cordero et al., 2025); es importante mencionar que, este enfoque toma especial relevancia en sectores productivos como el apícola, donde las condiciones del mercado, la incorporación de tecnología y la organización interna influyen directamente en el desempeño de los productores.

Asimismo, la estrategia empresarial se concibe como un proceso dinámico que abarca la formulación de estrategias, su implementación y el control de resultados, lo que permite a las organizaciones adaptarse a entornos complejos y altamente competitivos (Toloza, 2023).

1.5.2. Importancia de la estrategia empresarial en organizaciones productivas

En el ámbito de las organizaciones productivas, especialmente en aquellas conformadas por pequeños y medianos productores, la estrategia empresarial representa un elemento fundamental para mejorar la eficiencia operativa, como también, fortalecer la toma de decisiones y generar ventajas competitivas frente a otros actores del mercado (Ruíz, 2025).

Al respecto, investigaciones como las de Ayala y Aguilera (2024); Quimi et al. (2025) y Alcívar (2024), tienen un punto de relación en que la implementación de estrategias adecuadas mejora significativamente al incremento de la productividad, y varias variables de carácter empresarial. Además, otro estudio como el de Rodríguez (2021) indica que, en muchas organizaciones, las deficiencias en la planificación estratégica generan un límite en el crecimiento del sector y afectan de manera directa su competitividad y sostenibilidad.

1.5.3. Enfoques contemporáneos de la estrategia empresarial

En los estudios científicos recientes, la estrategia empresarial ha evolucionado hacia enfoques más integradores, en los que se consideran factores como la innovación (Molina et al., 2025), el conocimiento organizacional (Velazco et al., 2020) y la articulación entre actores (Cordero et al., 2025).

Uno de los enfoques más relevantes es el basado en recursos y capacidades, el cual sostiene que las ventajas competitivas surgen del aprovechamiento eficiente de los recursos internos de la organización (García et al., 2025). Por otra parte, el enfoque de capacidades dinámicas plantea que las organizaciones deben desarrollar habilidades para adaptarse, integrar y reconfigurar sus recursos en entornos cambiantes (Alcívar, 2025).

1.5.4. Componentes de la estrategia empresarial

La estrategia empresarial se estructura a partir de varios componentes interrelacionados que permiten su adecuada implementación; entre los principales se presentan a continuación:

Tabla 1.

Componentes de la estrategia empresarial

Componente	Descripción
Análisis estratégico	Evaluación del entorno interno y externo de la organización
Formulación	Definición de objetivos y estrategias
Implementación	Ejecución de planes estratégicos
Evaluación y control	Seguimiento y medición de resultados

Nota. Elaboración propia con base en Chacón (2022) y Santistéban & Rodríguez (2023).

1.5.5. Estrategia empresarial en el sector apícola

La estrategia empresarial en el sector de la apicultura tiene una importancia particular, esto se debe a las condiciones estructurales que caracterizan esta actividad, tales como la predominancia de pequeños productores, las limitaciones tecnológicas, el escaso acceso al financiamiento y la baja articulación organizativa.

Desde una visión contemporánea, varias investigaciones armonizan en que la ausencia de una estrategia empresarial adecuada en las organizaciones agro-productivas limita bastante su capacidad de inserción en mercados competitivos; en este sentido, investigaciones recientes muestran que la falta de planificación, coordinación y direccionamiento estratégico reduce la productividad y dificulta la generación de valor agregado en el sector apícola (Huamán et al., 2023; Velasco et al., 2020).

Asimismo, otras investigaciones sobre sistemas agro-productivos indican que la competitividad del sector mencionado depende, en gran medida, de la capacidad de sus participantes para desarrollar estrategias dirigidas a la innovación, la diferenciación de productos y la mejoría organizacional (López, 2025).

En esta línea, López (2025) y López y Meza (2025) argumentan que la estrategia empresarial ayuda a mejorar la articulación de la cadena de valor, optimizar el uso de los recursos y facilitar la integración de los productores en mercados más amplios y exigentes.

Por otra parte, investigaciones aplicadas en el contexto latinoamericano demuestran que la débil estructuración organizativa y la limitada cultura estratégica en las empresas de productores generan problemas como la desconfianza, la baja cooperación y la escasa sostenibilidad de las iniciativas colectivas (Cardona, 2024).

Con base en los planteamientos abordados, la estrategia empresarial se estructura como un elemento que relaciona entre los procesos internos de las organizaciones y su entorno competitivo, ya que facilita la toma de decisiones informadas, la planificación a largo plazo y la generación de ventajas competitivas sostenibles (Huamán Cuya et al., 2023; López y Meza, 2025).

1.5.6. Dimensiones de la estrategia empresarial

Para esta investigación, la estrategia empresarial busca analizarse mediante tres dimensiones: planificación estratégica**,** ventaja competitiva **y** toma de decisiones**.** Esta delimitación es coherente con estudios recientes del tema en dirección estratégica, que entiende la estrategia empresarial como un proceso que combina análisis del entorno, formulación y ejecución de estrategias, construcción de posicionamiento competitivo y elección de cursos de acción dirigidos al desempeño organizacional.

1.5.6.1. Planificación estratégica

La planificación estratégica puede definirse como el proceso sistemático mediante el cual una organización analiza su situación interna y externa, establece objetivos, diseña estrategias, asigna recursos y evalúa resultados para tomar timón en su actuación en el mediano y largo plazo.

En la evidencia reciente, esta dimensión no se reduce a la existencia de un documento formal, sino que incluye el escaneo del entorno, la participación de la dirección, la formalidad del plan, los mecanismos de control y la capacidad de ajuste; al respecto, Mousa et al., (2024) muestran que, en empresas manufactureras, la planificación estratégica tiene efectos positivos sobre el desempeño financiero y no financiero,

especialmente cuando incorpora environmental scanning, participación de la gerencia y formalidad del proceso.

En agricultura, Iakovidis et al. (2023) mencionan que la planificación y el control son esenciales para asignar recursos de forma eficiente y responder a contextos de incertidumbre, además, de forma complementaria, Vanhuyse et al. (2021) encontraron que el *business planning* y el *benchmarking* se relacionan positivamente con el desempeño financiero de las explotaciones agrícolas.

En el sector apícola, esta dimensión tiene una especial importancia porque la producción depende de decisiones técnicas, sanitarias y comerciales que no pueden improvisarse; en este sentido, la evidencia disponible muestra que variables relacionadas a la planificación y al uso de información influyen en la eficiencia técnica de las explotaciones apícolas, por ejemplo, Angón et al. (2021), en un estudio con granjas apícolas de La Pampa, identificaron que el uso de fuentes de información, la planificación y el área sanitaria se relacionan positivamente con la eficiencia técnica.

De manera más recientemente, Kiprono et al. (2026) encontraron que la capacitación, la extensión, el acceso a crédito y el volumen de producción se relacionan con la elección de canales de comercialización de miel, lo que nos confirma que la planificación estratégica también tiene una expresión comercial concreta en la apicultura.

Desde un punto de vista analítico, la planificación estratégica en empresas apícolas se puede observar mediante indicadores como: existencia de diagnóstico interno y externo, definición de objetivos, cronogramas de acción, asignación de responsabilidades, presupuesto, mecanismos de seguimiento y uso de información para ajustar decisiones.

Esta afirmación tiene relación con la revisión sistemática de Taramuel et al. (2023) quienes mencionan que la toma de decisiones en unidades productivas está estrechamente relacionada a la fase de planificación, implementación y control, y que estas capacidades tienen influencia en la productividad, la eficiencia técnica y los resultados económicos.

1.5.6.2. Ventaja competitiva

La ventaja competitiva se entiende como la capacidad de una organización para generar un desempeño superior frente a otros actores mediante atributos difíciles de imitar, tales como capacidades estratégicas, sistemas de gestión, diferenciación del producto, eficiencia organizativa o control de costos.

En las investigaciones recientes, esta dimensión se vincula menos con una sola posición de mercado y más con el uso de recursos, dirección estratégica e innovación; por ejemplo, Hattab et al. (2023) argumentan que las capacidades estratégicas influyen en la ventaja competitiva sostenible mediante las dimensiones como conocimiento técnico, generación de recursos y uso de tecnología. En esa misma línea, Nguyen Thi et al. (2023) establecieron como conclusión en su estudio que la innovación en la implementación estratégica fortalece la ventaja competitiva sostenible de las firmas jóvenes, mientras que Al-Shukri (2024) muestra que la planificación de información estratégica mejora el desempeño de las pymes al apoyar decisiones que sostienen la competitividad.

En organizaciones productivas y cooperativas, la ventaja competitiva no solo depende del producto, sino también de la calidad de la gestión, la gobernanza, la comercialización y la capacidad de coordinar a sus miembros, esto se fundamenta con el estudio de Da Silva et al. (2022) quienes proponen un modelo de gobernanza y desempeño para cooperativas agrícolas, en el que prácticas estructuradas de gobernanza se relacionan con mejores resultados en control financiero, rentabilidad y sostenibilidad.

De forma complementaria, Oliveira et al. (2024) desarrollaron un índice de competitividad para cooperativas agroindustriales y mostraron que la competitividad puede analizarse a partir de impulsores como gestión y gobernanza cooperativa, producción, comercialización, costos de transacción y relación con los cooperados.

En el ámbito apícola, la ventaja competitiva puede expresarse en elementos como calidad diferenciada de la miel, trazabilidad, acceso a mejores canales de comercialización, cumplimiento sanitario, compras conjuntas, acopio, negociación colectiva y posicionamiento de marca. La evidencia de Kiprono et al. (2026) muestra que la participación en canales más favorables depende de capacidades institucionales

y productivas, mientras que Angón et al. (2021) evidencian que la eficiencia técnica en apicultura mejora cuando existen mejores condiciones de gestión y planificación.

1.5.6.3. Toma de decisiones

La toma de decisiones es la dimensión que traduce la gestión estratégica en acciones concretas; esta, implica seleccionar entre alternativas, priorizar objetivos, asignar recursos y corregir desviaciones a partir de información disponible y de la experiencia organizacional.

Con relación a la tesis anterior, la revisión sistemática de Taramuel et al. (2023) concluye que una mejor aptitud para decidir se relaciona de forma consistente con mejores resultados de las explotaciones, lo que influye en indicadores financieros, productividad y eficiencia técnica, además, esa revisión también muestra que la toma de decisiones está condicionada por factores personales, información, estructura de la explotación, entorno institucional y acceso a incentivos o financiamiento.

Paralelamente, en gestión estratégica, la toma de decisiones no debe entenderse como un acto aislado, sino como un proceso que modula información, análisis y ejecución, al respecto de aquello, Mousa et al. (2024) encuentran que la participación de la dirección y la formalidad del proceso de planificación influyen en el desempeño no financiero, lo cual indica que las decisiones estratégicas son más efectivas cuando se sustentan en procedimientos formales. Por otro lado, en agricultura, Iakovidis et al. (2023) agregan que la capacidad de controlar, registrar y evaluar información es clave para que agricultores y asesores tomen decisiones eficaces en entornos de incertidumbre.

En apicultura, la toma de decisiones es especialmente sensible porque afecta simultáneamente la producción, la sanidad, la comercialización y la sostenibilidad económica de la unidad productiva; frente a esta tesis, Angón et al. (2021) evidencian que la capacidad de gestión y la toma de decisiones repercuten sobre la eficiencia técnica de las granjas apícolas. A su vez, Kiprono et al. (2026) muestran que decisiones vinculadas con crédito, capacitación, extensión y selección de canales comerciales determinan la forma en que los apicultores participan en el mercado.

A continuación, se presenta la Tabla 2**,** en la cual se sintetizan las principales dimensiones de la gestión estratégica abordadas en esta investigación, junto con su

contenido central y el respaldo empírico reciente que sustenta su pertinencia en el análisis organizacional del sector apícola.

Tabla 2.

Síntesis de las dimensiones de la estrategia empresarial

Dimensión	Contenido central	Evidencia reciente
Planificación estratégica	Diagnóstico, formulación de objetivos, asignación de recursos, control y ajuste	Relación positiva con desempeño financiero y no financiero, eficiencia y mejor asignación de recursos en organizaciones productivas y apícolas
Ventaja competitiva	Construcción de capacidades, diferenciación, gobernanza, comercialización y sostenibilidad	relacionada con capacidades estratégicas, gobernanza cooperativa, innovación y competitividad organizacional
Toma de decisiones	Selección de alternativas, uso de información, priorización y corrección de acciones	Vinculada con productividad, eficiencia técnica, desempeño económico y elección de canales de comercialización

*Nota***.** Elaboración propia con base en Bamford et al. (2023), Mousa et al. (2024), Taramuel et al. (2023), da Silva et al. (2022), Angón et al. (2021), Kiprono et al. (2026) y Oliveira et al. (2024).

1.5.7. Fundamentación teórica de la asociatividad

1.5.7.1. Conceptualización de la asociatividad

La asociatividad puede entenderse como una forma de articulación voluntaria entre actores productivos que, sin perder su autonomía jurídica y operativa, coordinan esfuerzos para alcanzar objetivos comunes que serían más difíciles de lograr de manera individual, además, esta noción suele analizarse a través de categorías como cooperativas agrícolas**,** organizaciones de productores **y** acción colectiva, todas ellas dirigidas a mejorar la eficiencia, la capacidad de negociación, el acceso a mercados y la sostenibilidad de las unidades productivas.

Desde una perspectiva organizacional, las cooperativas y empresas productivas son estructuras mediante las cuales pequeños productores pueden enfrentar restricciones de escala, limitaciones de información y altos costos de transacción; al respecto, Ishak et al. (2020) señalan que el desempeño de las cooperativas de pequeños agricultores debe comprenderse como la capacidad de ejecutar tareas básicas de gestión con eficiencia y eficacia, al tiempo que responden a las expectativas de sus miembros.

1.5.8. Importancia de la asociatividad

La importancia de la asociatividad en organizaciones productivas radica en que permite generar economías de escala, reducir costos de transacción, facilitar el acceso a insumos, mejorar la comercialización y fortalecer la posición negociadora de los productores; las investigaciones recientes muestran que las organizaciones colectivas pueden incrementar la competitividad de los pequeños productores cuando logran estructurar mecanismos de coordinación interna, participación de los socios y objetivos compartidos; por ejemplo, Ahmad et al. (2024), en un estudio sobre acción colectiva en pequeños productores arroceros, encontraron que el trabajo asociativo mejora la capacidad competitiva, fortalece el capital humano, incrementa el poder de negociación y permite acortar la cadena de valor al reducir la dependencia de intermediarios.

En la misma línea, Silva et al. (2022) argumentan que la gobernanza y el desempeño en cooperativas agrícolas están estrechamente vinculados, además, su estudio identificó que la transparencia, la confiabilidad y la estructuración de prácticas de gobierno mejoran indicadores como control financiero, rentabilidad y sostenibilidad.

Asimismo, Ibourk y El Aynaoui (2023) demostraron que los programas de acompañamiento, capacitación y apoyo a cooperativas agrícolas mejoran su sostenibilidad y supervivencia organizacional.

1.5.9. Asociatividad en contextos rurales y agro productivos

En contextos rurales, la asociatividad tiene una importancia especial debido a que los pequeños productores suelen enfrentar limitaciones de acceso a financiamiento, asistencia técnica, información de mercados y canales de comercialización.

Al respecto, el informe realizado por la CEPAL, FAO e IICA (2024) considera que la cooperación y la acción colectiva son muy importantes para construir sistemas agroalimentarios más sostenibles, inclusivos y resilientes en América Latina y el Caribe, especialmente en lugares donde la fragmentación productiva limita el desarrollo rural.

En paralelo, la asociatividad también cumple una función social y territorial, dado que, no solo mejora el acceso a mercados, sino que fortalece la relación entre productores, facilita procesos de aprendizaje colectivo y optimiza capacidades de adaptación frente a crisis productivas o comerciales. En el caso de organizaciones rurales, esta dimensión social es clave, ya que la confianza, la participación y el liderazgo colectivo se convierten en condiciones necesarias para sostener procesos asociativos en el tiempo, por ejemplo, en el estudio realizado por Ahmad et al. (2024) encontraron que variables como la visión compartida, la cohesión social, el liderazgo efectivo, la participación activa y el apoyo externo son motores concretos de la acción colectiva.

1.5.10. Asociatividad y gobernanza

Desde otro escenario, la asociatividad efectiva requiere mecanismos de gobernanza que regulen la participación, la distribución de beneficios, la transparencia y la resolución de conflictos. Las investigaciones de la actualidad advierten que uno de los mayores riesgos de las organizaciones colectivas es la heterogeneidad de intereses entre sus miembros.

En mención a la anterior afirmación, Silva et al. (2022) plantean que una buena gobernanza en cooperativas agrícolas incrementa la transparencia administrativa, estimula la participación de los miembros en la toma de decisiones y crea mejores resultados económicos y financieros. A forma de complemento, Ibourk y El Aynaoui (2023) muestran que la sostenibilidad de las cooperativas depende en parte de su capacidad para fortalecer gestión, liderazgo y articulación institucional.

1.5.11. Asociatividad en el sector apícola

En el sector apícola, la asociatividad es una alternativa muy relevante, dado que, la mayoría de los productores trabajan a pequeña escala, con recursos limitados y escaso poder de negociación individual, además, la producción y comercialización de miel y derivados exige capacidades que muchas veces superan las posibilidades del productor

aislado; ejemplos de ello es el acceso a crédito, asistencia técnica, cumplimiento sanitario, acopio, empaque, diferenciación del producto y vinculación con mercados formales.

La evidencia específica en apicultura confirma esta necesidad, por ejemplo, Hinton et al. (2022), en un estudio sobre intervenciones de apoyo a apicultores en Fiji, encontraron que el financiamiento puede ser útil para el desarrollo del negocio apícola, pero sus resultados son limitados cuando no se acompaña de formación práctica, mentoría y fortalecimiento de capacidades.

Por su parte, Kiprono et al. (2026) identificaron que factores como capacitación, servicios de extensión, acceso a crédito, experiencia y nivel de producción influyen en la elección de canales de comercialización de miel; es importante mencionar que, estos resultados son relevantes para la asociatividad porque muestran que los productores apícolas no mejoran su inserción comercial únicamente por producir más, sino por contar con capacidades institucionales y organizativas que les permitan acceder a mercados más favorables.

1.5.11.1. Síntesis analítica

En síntesis, la asociatividad puede definirse como una forma de articulación colectiva que está dirigida a mejorar las condiciones de producción, comercialización y sostenibilidad de los actores participantes. Además, su importancia en organizaciones productivas se sustenta en la posibilidad de generar economías de escala, fortalecer la capacidad de negociación, compartir recursos y acceder a mercados en mejores condiciones.

En contextos rurales y agro productivos, además, la asociatividad ayuda a mejorar a la cohesión social, al aprendizaje colectivo y a la resiliencia territorial. En el caso específico del sector apícola, esta estrategia resulta especialmente pertinente porque permite a pequeños productores enfrentar restricciones estructurales que, de manera individual, limitan su competitividad y su permanencia en el mercado.

Tabla 3.

Aportes de la asociatividad en organizaciones productivas y apícolas

ÁMBITO	APORTE PRINCIPAL DE LA ASOCIATIVIDAD	EVIDENCIA RECIENTE
PRODUCTIVO	Permite coordinar recursos, mejorar eficiencia y fortalecer capacidades colectivas	Ishak et al. (2020); Ahmad et al. (2024)
ORGANIZACIONAL	Refuerza gobernanza, participación, transparencia y sostenibilidad	Silva et al. (2022); Ibourk & El Aynaoui (2023)
COMERCIAL	Mejora el acceso a mercados, el poder de negociación y la reducción de intermediación	Ahmad et al. (2024); Kiprono et al. (2026)
RURAL-TERRITORIAL	Favorece cooperación, resiliencia y acción colectiva en sistemas agroalimentarios	CEPAL, FAO, & IICA (2024)
APÍCOLA	Facilita crédito, capacitación, asistencia técnica, comercialización y valor agregado	Hinton et al. (2022); Kiprono et al. (2026)

Nota. Elaboración propia con base en literatura científica reciente.

1.5.12. Dimensiones de la variable asociatividad

La asociatividad, como variable de análisis, no necesita entenderse como una condición homogénea o única, sino como una construcción organizacional compuesta por dimensiones interrelacionadas que explican la manera en que los productores establecen vínculos de cooperación, confianza y articulación para alcanzar objetivos comunes.

1.5.12.1. Cooperación empresarial

La cooperación empresarial se refiere a la capacidad de los actores productivos para coordinar recursos, actividades y decisiones en función de objetivos económicos compartidos, sin perder necesariamente su autonomía individual. En organizaciones rurales y agro productivas, esta dimensión se expresa en prácticas como compras conjuntas, comercialización colectiva, intercambio de información técnica, uso compartido de infraestructura, coordinación logística y definición de estrategias comunes de mercado.

Desde el ámbito científico-empresarial, la evidencia reciente muestra que la cooperación entre productores fortalece la competitividad y mejora la posición de los pequeños agricultores dentro de las cadenas de valor, por ejemplo, en el estudio realizado por Ahmad et al. (2024) encontraron que la acción colectiva en pequeños productores arroceros mejora el poder de negociación, favorece la participación en transformaciones de la cadena de valor y aumenta la inclusión de la voz de los miembros en la organización.

En esta misma línea, Zhu y Wang (2024) demostraron que las cooperativas agrícolas influyen de forma significativa en la acción colectiva de los agricultores y en su capacidad de coordinar esfuerzos bajo marcos organizativos compartidos.

Por ello, la cooperación empresarial en empresas apícolas puede expresarse en el acopio conjunto de miel, la gestión compartida de procesos de comercialización, la implementación de normas de calidad comunes y la negociación colectiva frente a compradores o intermediarios.

1.5.12.2. Capital social

El capital social es una dimensión central de la asociatividad, ya que hace referencia al grupo de relaciones de confianza, reciprocidad, normas compartidas y redes sociales que facilitan la cooperación entre los miembros de una organización; el campo científico relacionado con las cooperativas agrícolas sostiene que el capital social es tanto una condición previa para la formación de asociaciones como un resultado de su funcionamiento, esto se sustenta en la investigación realizada por Saz-Gil et al. (2021), quienes en un estudio de revisión, concluyen que las cooperativas generan y, al mismo tiempo, dependen del capital social, especialmente en contextos rurales donde la

confianza, la participación y la reciprocidad son elementos decisivos para la sostenibilidad organizacional.

Esta dimensión tiene componentes internos y externos; por un lado, internamente, el capital social se expresa en la confianza entre socios, el respeto a normas comunes, la transparencia, la comunicación y la identidad colectiva; por otro lado, externamente, se vincula con la capacidad de establecer puentes con otras organizaciones, instituciones y actores del entorno.

Con respecto a lo anterior, la investigación de Krivokapić y Petrović (2021) muestra que las cooperativas agrícolas pueden actuar como "hubs" de capital social, al facilitar el acceso a información y recursos y al fortalecer la confianza entre sus miembros. Asimismo, Liu et al. (2022) evidenciaron que el capital social dentro de las cooperativas agrícolas influye positivamente en la adopción de tecnologías entre los miembros, mediante mecanismos de confianza interna, redes y normas compartidas.

1.5.12.2. Articulación asociativa

Finalmente, la articulación asociativa hace referencia al grado en que una organización logra vincularse de manera funcional con otros actores, instituciones y espacios de intercambio para fortalecer su desempeño colectivo; esta dimensión no se limita a la existencia formal de una asociación, sino que implica la capacidad de integrarse a redes más amplias de comercialización, asistencia técnica, financiamiento, innovación y gobernanza territorial.

La evidencia reciente muestra que la relación entre empresas de productores, mercados y otros actores de la cadena es un factor preponderante para lograr sostenibilidad económica; por ejemplo, la revisión sistemática de Tuna y Karantininis (2021) concluye que la participación en comercialización colectiva logra ampliar el acceso a mercados y mejorar los medios de vida de pequeños productores.

En relación con lo mencionado, Dza (2024) encontró que la colaboración en cadenas de suministro agroempresariales mejora el desempeño cuando se apoya en capacidades de innovación y agilidad organizacional, esto permite confirmar que la relación asociativa no depende solo del vínculo formal entre actores, sino de la calidad y funcionalidad de esa relación.

CAPÍTULO II.- METODOLOGÍA

2.1. Materiales

Para el desarrollo de la investigación se utilizaron materiales documentales, técnicos, instrumentales y tecnológicos, los cuales permitieron sustentar teóricamente el estudio. Es importante mencionar que, estos materiales fueron seleccionados en función del enfoque cuantitativo de la investigación y de la necesidad de analizar la relación entre la estrategia empresarial y la asociatividad en el sector apícola.

En primer lugar, se usó materiales documentales conformados por artículos científicos, tesis, informes institucionales y fuentes académicas relacionadas con la estrategia empresarial y la asociatividad; es importante mencionar que, estos documentos sirvieron para construir los antecedentes investigativos y el marco teórico del estudio.

Por otro lado, en cuanto a los materiales tecnológicos, se utilizaron herramientas digitales para la elaboración, aplicación, organización y análisis de la información, entre ellas se consideraron Microsoft Word para la redacción del informe de investigación, Microsoft Excel para la codificación inicial de respuestas y organización de la base de datos, y el software estadístico SPSS para el procesamiento de los resultados descriptivos e inferenciales.

Finalmente, como materiales de apoyo para la recolección de información se utilizaron dispositivos electrónicos, conexión a internet, hojas de registro, consentimiento informado y bases de datos organizadas según las respuestas de los participantes.

2.2. Enfoque

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, debido a que tiene como objetivo medir la relación entre la estrategia empresarial y la asociatividad en los productores apícolas de la provincia de Tungurahua. Desde esta perspectiva, la investigación cuantitativa logra recolectar datos numéricos, medir variables previamente definidas y aplicar procedimientos estadísticos para contrastar hipótesis (Hernández & Mendoza, 2018).

2.3. Alcance o Tipo

El presente estudio es de tipo descriptivo-correlacional; por un lado, será descriptivo porque permite caracterizar el nivel de presencia de la estrategia empresarial y de la asociatividad en los productores apícolas de Tungurahua, al respecto, Hernández y Mendoza (2018) señalan que los estudios descriptivos permiten especificar propiedades, características y tendencias de personas, grupos, procesos o fenómenos sometidos a análisis.

Además, es correlacional porque busca determinar el grado de relación existente entre la estrategia empresarial y la asociatividad; en respuesta a este postulado, Hernández y Mendoza (2018), los estudios correlacionales permiten conocer la relación entre dos o más variables en un contexto específico. En la misma línea, Creswell y Creswell (2018) indican que la investigación cuantitativa puede dirigirse al análisis de relaciones entre variables mediante procedimientos estadísticos, sin que ello implique necesariamente una manipulación experimental.

Por tanto, el estudio no busca cambiar la realidad de los productores apícolas, sino medir y analizar si existe una relación estadísticamente significativa entre la estrategia empresarial y la asociatividad.

2.4. Modalidad

La investigación fue de modalidad bibliográfica-documental y de campo; por un lado, fue bibliográfica-documental porque se sustentó en la revisión de fuentes académicas, libros, artículos científicos, tesis e informes relacionados con estrategia empresarial, asociatividad, competitividad y producción apícola; en este sentido, según Ñaupas et al. (2018), la revisión documental permite construir el sustento teórico de una investigación a partir del análisis sistemático de fuentes científicas y académicas pertinentes al objeto de estudio. Por otro lado, fue de campo porque los datos fueron obtenidos directamente de los productores apícolas de la provincia de Tungurahua.

2.5. Población y muestra

La población fue conformada por aproximadamente 600 productores apícolas de la provincia de Tungurahua; en términos metodológicos, la población corresponde al conjunto total de sujetos que comparten características comunes y sobre los cuales se

desea obtener información para responder al problema de investigación (Hernández y Mendoza, 2018).

Por otro lado, la muestra fue establecida por 234 productores apícolas de la provincia de Tungurahua, seleccionados mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia. Es importante mencionar que, este tipo de muestreo se aplicó debido a que no se dispone necesariamente de un registro completo, actualizado y accesible de todos los productores apícolas de la provincia, por lo que la selección de los participantes dependió de su disponibilidad, accesibilidad y voluntad para participar en el estudio.

De acuerdo con Hernández y Mendoza (2018), el muestreo no probabilístico se caracteriza porque la elección de los participantes no depende de la probabilidad, sino de las características de la investigación, los criterios del investigador y las condiciones de acceso a los sujetos de estudio.

Por tanto, la muestra se la consolidó con productores apícolas que cumplieron los criterios de inclusión establecidos, que acepten participar voluntariamente y que puedan responder el cuestionario estructurado durante el periodo de levantamiento de información.

2.6. Técnica

La técnica de recolección de datos es la encuesta, debido a que permite obtener información estructurada, estandarizada y cuantificable de un grupo amplio de participantes, como justificación, Ñaupas et al. (2018) señalan que la encuesta es una técnica pertinente en estudios cuantitativos cuando se requiere recopilar datos sobre opiniones, percepciones, actitudes o comportamientos de una población determinada, es por ello que, su uso se justifica por la naturaleza investigativa.

2.7. Instrumento

El instrumento es un cuestionario estructurado con escala tipo Likert de cinco niveles; es importante mencionar que, este tipo de escala es ampliamente utilizado en investigaciones sociales y empresariales porque permite medir percepciones, actitudes y niveles de acuerdo frente a determinados enunciados. Como sustento, Matas (2018) sostiene que las escalas tipo Likert son uno de los formatos más utilizados en ciencias

sociales y estudios de mercado, aunque su diseño debe cuidar aspectos como el número de opciones, la claridad de los ítems y la calidad de los datos obtenidos.

Por lo tanto, la escala de valoración fue la siguiente:

1 = Totalmente en desacuerdo
2 = En desacuerdo
3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4 = De acuerdo
5 = Totalmente de acuerdo

De manera específica, el cuestionario fue compuesto por dos bloques; el primer bloque midió la variable independiente, estrategia empresarial, mediante las dimensiones: planificación estratégica, ventaja competitiva y toma de decisiones. El segundo bloque midió la variable dependiente, asociatividad, mediante las dimensiones: cooperación empresarial, capital social y articulación asociativa.

Por otro lado, la validez del instrumento se estableció mediante juicio de expertos, con el objetivo de valorar si los ítems formulados son claros, coherentes, pertinentes y relevantes para medir las variables de estudio, como argumento, Hernández y Mendoza (2018) indican que la validez se refiere al grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir. Asimismo, Kyriazos (2018) señala que la validación de instrumentos requiere procedimientos sistemáticos que permitan verificar la coherencia entre los constructos, las dimensiones y los ítems.

Para ello, el cuestionario fue revisado por especialistas en metodología de la investigación, administración, asociatividad, emprendimiento o producción agropecuaria.

Como resultado del proceso de validación, los expertos otorgaron la máxima puntuación a los criterios evaluados (anexo 1), lo que evidencia que los ítems presentan un alto nivel de claridad, coherencia teórica, pertinencia metodológica y relevancia para el objeto de estudio. Por lo tanto, se determinó que el instrumento posee una validez de contenido muy alta, por lo que resulta adecuado para ser aplicado a los productores apícolas de la provincia de Tungurahua.

Además, para medir la confiabilidad del instrumento se la determinó mediante el coeficiente Alfa de Cronbach y Omega de McDonald, con el fin de evaluar la consistencia interna de los ítems; como sustento, Taber (2018) señala que el Alfa de Cronbach es uno de los coeficientes más utilizados para indicar la confiabilidad de instrumentos de medición, especialmente cuando se trabaja con escalas que buscan medir percepciones, actitudes o constructos latentes. De forma coherente, Kalkbrenner (2023) plantea que los coeficientes de confiabilidad interna, como alfa, omega y H, permiten valorar la estabilidad de las puntuaciones obtenidas en instrumentos de investigación.

Para este estudio, se aplicó una prueba piloto a un grupo reducido de productores apícolas con características similares a la muestra definitiva. Posteriormente, los datos fueron procesados en un software estadístico para calcular el Alfa de Cronbach; y como resultado se obtuvo un valor de .82, lo que permitió establecer que la consistencia interna del cuestionario fue aceptable-buena.

Una vez realizados los ajustes correspondientes, se procedió a la aplicación definitiva de la encuesta a los productores apícolas de la provincia de Tungurahua.

CAPÍTULO III.- RESULTADOS

3.1. Análisis y discusión de los resultados

En este apartado se presentan los resultados obtenidos a partir de la base de datos codificada en escala Likert de cinco niveles, donde 1 representa una valoración muy baja o totalmente en desacuerdo y 5 una valoración muy alta o totalmente de acuerdo.

Tabla 4.

Codificación de variables, dimensiones e ítems del instrumento

Variable	Dimensión	Código	Ítem
Asociatividad empresarial	Cooperación empresarial	A1	Mantengo relaciones de colaboración con otros productores apícolas.
Asociatividad empresarial	Cooperación empresarial	A2	Comparto información o experiencias productivas con otros apicultores.
Asociatividad empresarial	Cooperación empresarial	A3	He participado en actividades conjuntas con otros productores para mejorar la producción o comercialización.
Asociatividad empresarial	Cooperación empresarial	A4	Considero que el trabajo conjunto entre productores beneficia al sector apícola.

Asociatividad empresarial	Cooperación empresarial	A5	Estoy dispuesto(a) a establecer alianzas con otros productores para fortalecer la actividad apícola.
Asociatividad empresarial	Capital social	A6	Existe confianza entre los productores apícolas de mi entorno.
Asociatividad empresarial	Capital social	A7	Entre los productores apícolas se promueve el respeto y el apoyo mutuo.
Asociatividad empresarial	Capital social	A8	La comunicación entre productores facilita el desarrollo de acciones conjuntas.
Asociatividad empresarial	Capital social	A9	Las relaciones entre productores permiten intercambiar conocimientos útiles para la actividad apícola.
Asociatividad empresarial	Capital social	A10	Considero que la unión entre productores fortalece el

			crecimiento del sector apícola.
Asociatividad empresarial	Articulación asociativa	A11	Existe coordinación entre productores apícolas y entidades públicas o privadas.
Asociatividad empresarial	Articulación asociativa	A12	La participación en asociaciones o agrupaciones facilita el acceso a capacitaciones y apoyo técnico.
Asociatividad empresarial	Articulación asociativa	A13	La articulación con instituciones contribuye a mejorar la comercialización de los productos apícolas.
Asociatividad empresarial	Articulación asociativa	A14	Participar en redes o asociaciones fortalece la competitividad de los productores apícolas.
Asociatividad empresarial	Articulación asociativa	A15	Considero necesario fortalecer las asociaciones del sector apícola en la

			provincia de Tungurahua.
Estrategia empresarial	Planificación estratégica	EE1	La asociación apícola cuenta con una misión y visión claramente definidas.
Estrategia empresarial	Planificación estratégica	EE2	La asociación apícola establece objetivos claros para orientar sus actividades.
Estrategia empresarial	Planificación estratégica	EE3	La asociación apícola planifica estrategias para mejorar sus procesos productivos y comerciales.
Estrategia empresarial	Planificación estratégica	EE4	Los roles y funciones dentro de la asociación apícola están claramente definidos.
Estrategia empresarial	Ventaja competitiva	EE5	La asociación apícola desarrolla acciones para diferenciar sus productos frente a la competencia.
Estrategia empresarial	Ventaja competitiva	EE6	La calidad de la miel y de los demás

			productos apícolas constituye una fortaleza competitiva.
Estrategia empresarial	Ventaja competitiva	EE7	La asociación apícola tiene capacidad para responder a mayores exigencias del mercado.
Estrategia empresarial	Ventaja competitiva	EE8	La asociación impulsa mejoras para fortalecer su posicionamiento y permanencia en el mercado.
Estrategia empresarial	Toma de decisiones	EE9	La directiva de la asociación apícola demuestra liderazgo al orientar las actividades de los socios.
Estrategia empresarial	Toma de decisiones	EE10	En la asociación apícola se realizan supervisiones o controles periódicos de sus procesos.
Estrategia empresarial	Toma de decisiones	EE11	La asociación identifica sus debilidades y toma

		decisiones oportunas para corregirlas.

Nota. Los códigos se utilizan en las tablas posteriores para evitar saturación visual/ La escala de respuesta fue de 1 a 5.

Tabla 5.

Baremo de interpretación de las medias

Rango de media	Nivel de interpretación
1.00 - 1.80	Muy bajo
1.81 - 2.60	Bajo
2.61 - 3.40	Medio
3.41 - 4.20	Alto
4.21 - 5.00	Muy alto

Nota. El baremo se aplicó a ítems, dimensiones y variables calculadas mediante promedio simple.

3.1.1. Análisis de confiabilidad

Tabla 6.

Confiabilidad interna del instrumento

Escala	Número de ítems	Alfa de Cronbach	Interpretación
Asociatividad	15	0.814	Buena
Estrategia empresarial	11	0.877	Buena
Instrumento total	26	0.829	Buena
Cooperación empresarial	5	0.800	Buena
Capital social	5	0.742	Aceptable
Articulación asociativa	5	0.277	Baja
Planificación estratégica	4	0.755	Aceptable

Ventaja competitiva	4	0.706	Aceptable
Toma de decisiones	3	0.790	Aceptable

Nota. El alfa de Cronbach se calculó con base en la varianza de los ítems y la varianza de la puntuación total de cada escala.

En la tabla 5 se evidencia que el instrumento completo alcanzó un alfa de 0.829, por lo que puede afirmarse que la escala presenta coherencia interna suficiente para el análisis de resultados, además, es importante señalar que, la dimensión "articulación asociativa" presentó una consistencia baja cuando se analizó de forma aislada, lo cual puede explicarse por el comportamiento atípico del ítem A14.

3.1.2. Resultados descriptivos por variables y dimensiones

Tabla 7.

Estadísticos descriptivos por variables y dimensiones

Variable / dimensión	N	Media	DE	Mín.	Máx.	Nivel
Asociatividad empresarial	234	4.10	0.51	1.27	5.00	Alto
Estrategia empresarial	234	4.17	0.62	1.00	5.00	Alto
Cooperación empresarial	234	4.35	0.64	1.00	5.00	Muy alto
Capital social	234	4.00	0.71	1.00	5.00	Alto
Articulación asociativa	234	3.95	0.52	1.40	5.00	Alto
Planificación estratégica	234	4.29	0.63	1.00	5.00	Muy alto
Ventaja competitiva	234	3.95	0.74	1.00	5.00	Alto
Toma de decisiones	234	4.32	0.78	1.00	5.00	Muy alto

Nota. DE = desviación estándar.

En la tabla 7 se muestran los descriptivos de este estudio, en términos generales, la estrategia empresarial alcanzó una media de 4.17, lo que corresponde a un nivel alto, mientras que la asociatividad empresarial obtuvo una media de 4.10, también ubicada en nivel alto.

Dentro de estrategia empresarial, la dimensión con mayor puntuación fue toma de decisiones, con una media de 4.32, seguida de planificación estratégica, con 4.29; ambas se ubican en nivel muy alto; por otro lado, la dimensión ventaja competitiva alcanzó una media de 3.95, correspondiente a nivel alto.

Tabla 8.

Distribución de frecuencias de los ítems de asociatividad empresarial

Variable / dimensión	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
Asociatividad empresarial	1 (0.4%)	1 (0.4%)	20 (8.5%)	111 (47.4%)	101 (43.2%)
Estrategia empresarial	3 (1.3%)	2 (0.9%)	13 (5.6%)	90 (38.5%)	126 (53.8%)
Cooperación empresarial	2 (0.9%)	4 (1.7%)	15 (6.4%)	65 (27.8%)	148 (63.2%)
Capital social	3 (1.3%)	11 (4.7%)	35 (15.0%)	98 (41.9%)	87 (37.2%)
Articulación asociativa	2 (0.9%)	3 (1.3%)	27 (11.5%)	155 (66.2%)	47 (20.1%)
Planificación estratégica	2 (0.9%)	1 (0.4%)	19 (8.1%)	52 (22.2%)	160 (68.4%)
Ventaja competitiva	5 (2.1%)	5 (2.1%)	33 (14.1%)	86 (36.8%)	105 (44.9%)
Toma de decisiones	5 (2.1%)	4 (1.7%)	15 (6.4%)	55 (23.5%)	155 (66.2%)

Nota. Los niveles se calcularon a partir del promedio individual de cada participante en la variable o dimensión correspondiente.

En la tabla 8 se puede visualizar la distribución por niveles, este resultado confirma la tendencia descriptiva general; en específico, en la asociatividad empresarial, el 90.6% de los participantes se concentró entre los niveles alto y muy alto.

Por otro lado, en estrategia empresarial, el 92.3% se ubicó entre alto y muy alto.

3.1.3. Resultados por ítems

Tabla 9.

Distribución de frecuencias de los ítems de asociatividad empresarial

Ítem	1	2	3	4	5	Media	DE	Nivel
A1	6 (2.6%)	0 (0.0%)	15 (6.4%)	79 (33.8%)	134 (57.3%)	4.43	0.83	Muy alto
A2	5 (2.1%)	0 (0.0%)	10 (4.3%)	55 (23.5%)	164 (70.1%)	4.59	0.77	Muy alto
A3	4 (1.7%)	5 (2.1%)	29 (12.4%)	90 (38.5%)	106 (45.3%)	4.24	0.87	Muy alto
A4	3 (1.3%)	12 (5.1%)	32 (13.7%)	78 (33.3%)	109 (46.6%)	4.19	0.94	Alto
A5	4 (1.7%)	3 (1.3%)	24 (10.3%)	85 (36.3%)	118 (50.4%)	4.32	0.84	Muy alto
A6	19 (8.1%)	16 (6.8%)	79 (33.8%)	63 (26.9%)	57 (24.4%)	3.53	1.17	Alto
A7	5 (2.1%)	4 (1.7%)	28 (12.0%)	104 (44.4%)	93 (39.7%)	4.18	0.87	Alto
A8	5 (2.1%)	13 (5.6%)	53 (22.6%)	82 (35.0%)	81 (34.6%)	3.94	0.99	Alto
A9	6 (2.6%)	6 (2.6%)	31 (13.2%)	79 (33.8%)	112 (47.9%)	4.22	0.95	Muy alto
A10	10 (4.3%)	10 (4.3%)	33 (14.1%)	65 (27.8%)	116 (49.6%)	4.14	1.09	Alto
A11	9 (3.8%)	9 (3.8%)	38 (16.2%)	78 (33.3%)	100 (42.7%)	4.07	1.04	Alto
A12	4 (1.7%)	1 (0.4%)	8 (3.4%)	45 (19.2%)	176 (75.2%)	4.66	0.73	Muy alto
A13	4 (1.7%)	8 (3.4%)	32 (13.7%)	72 (30.8%)	118 (50.4%)	4.25	0.93	Muy alto
A14	120 (51.3%)	26 (11.1%)	26 (11.1%)	39 (16.7%)	23 (9.8%)	2.23	1.46	Bajo

A15	4 (1.7%)	1 (0.4%)	8 (3.4%)	69 (29.5%)	152 (65.0%)	4.56	0.74	Muy alto

Nota. Cada celda de las categorías 1 a 5 presenta frecuencia y porcentaje. N = 234.

Con relación a la tabla 9, la variable asociatividad empresarial evidenció resultados favorables en la mayoría de ítems; en este sentido, los indicadores más altos se observaron en A12, referido a la participación en asociaciones o agrupaciones para acceder a capacitaciones y apoyo técnico, con media de 4.66; A2, vinculado al intercambio de información o experiencias productivas, con media de 4.59; y A15, relacionado con la necesidad de fortalecer las asociaciones del sector apícola, con media de 4.56.

No obstante, el ítem A14 presentó una media de 2.23, correspondiente a nivel bajo.

Tabla 10.

Distribución de frecuencias de los ítems de estrategia empresarial

Ítem	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**Media**	**DE**	**Nivel**
EE1	2 (0.9%)	3 (1.3%)	9 (3.8%)	60 (25.6%)	160 (68.4%)	4.59	0.71	Muy alto
EE2	3 (1.3%)	5 (2.1%)	35 (15.0%)	95 (40.6%)	96 (41.0%)	4.18	0.86	Alto
EE3	3 (1.3%)	8 (3.4%)	38 (16.2%)	84 (35.9%)	101 (43.2%)	4.16	0.91	Alto
EE4	3 (1.3%)	4 (1.7%)	34 (14.5%)	88 (37.6%)	105 (44.9%)	4.23	0.85	Muy alto
EE5	15 (6.4%)	19 (8.1%)	68 (29.1%)	73 (31.2%)	59 (25.2%)	3.61	1.14	Alto
EE6	6 (2.6%)	6 (2.6%)	27 (11.5%)	105 (44.9%)	90 (38.5%)	4.14	0.90	Alto
EE7	8 (3.4%)	16 (6.8%)	67 (28.6%)	71 (30.3%)	72 (30.8%)	3.78	1.06	Alto
EE8	6 (2.6%)	6 (2.6%)	27 (11.5%)	78 (33.3%)	117 (50.0%)	4.26	0.94	Muy alto

EE9	6 (2.6%)	10 (4.3%)	28 (12.0%)	77 (32.9%)	113 (48.3%)	4.20	0.98	Muy alto
EE10	8 (3.4%)	5 (2.1%)	35 (15.0%)	83 (35.5%)	103 (44.0%)	4.15	0.98	Alto
EE11	6 (2.6%)	2 (0.9%)	8 (3.4%)	44 (18.8%)	174 (74.4%)	4.62	0.82	Muy alto

Nota. Cada celda de las categorías 1 a 5 presenta frecuencia y porcentaje.

Por otro lado, la tabla 10 muestra que los ítems de estrategia empresarial muestran una valoración predominantemente alta y muy alta; de manera específica, los indicadores más fuertes fueron EE11, referido a la identificación de debilidades y toma de decisiones oportunas, con una media de 4.62; EE1, vinculado con la existencia de misión y visión, con media de 4.59; y EE4, relacionado con la claridad de roles y funciones, con media de 4.23.

3.1.4. Prueba de normalidad

Tabla 11.

Prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov con corrección de Lilliefors

Variable / dimensión	N	Estadístico	p	Decisión
Asociatividad empresarial	234	0.117	< .001	No normal
Estrategia empresarial	234	0.120	< .001	No normal
Cooperación empresarial	234	0.163	< .001	No normal
Capital social	234	0.114	< .001	No normal
Articulación asociativa	234	0.115	< .001	No normal
Planificación estratégica	234	0.163	< .001	No normal
Ventaja competitiva	234	0.109	< .001	No normal
Toma de decisiones	234	0.192	< .001	No normal

Nota. Cuando $p < .05$, se rechaza el supuesto de normalidad.

En la tabla 11 se evidencia que los resultados de normalidad mostraron valores de significancia inferiores a .05 en todas las variables y dimensiones analizadas; por tanto, se rechazó el supuesto de normalidad y se justificó el uso de una prueba no paramétrica para contrastar la relación entre estrategia empresarial y asociatividad.

3.1.5. Análisis correlacional

Tabla 12.

Matriz de correlaciones Rho de Spearman entre dimensiones

Dimensión de estrategia empresarial	Cooperación empresarial	Capital social	Articulación asociativa	Asociatividad empresarial
Planificación estratégica	0.126	0.110	0.224**	0.190**
Ventaja competitiva	0.055	0.065	0.209**	0.124
Toma de decisiones	0.012	0.050	0.192**	0.096
Estrategia empresarial	0.093	0.101	0.251**	0.177**

Nota. * $p < .05$. ** $p < .01$. Las correlaciones se interpretan como positivas cuando el coeficiente es mayor que cero.

La tabla 12 presenta la matriz correlacional; esta permite observar que la estrategia empresarial total presentó una relación positiva y estadísticamente significativa con la articulación asociativa, $\rho = .251$, $p < .001$.

Además, la planificación estratégica se relacionó significativamente con la asociatividad empresarial total, $\rho = .190$, $p = .003$; sin embargo, varias correlaciones entre dimensiones fueron bajas y no significativas.

Tabla 13.

Correlación entre estrategia empresarial y asociatividad

Variables correlacionadas	N	Rho de Spearman	p	Interpretación
Estrategia empresarial - Asociatividad	234	0.177	.007	Relación positiva, baja y significativa

Nota. El contraste se realizó con Rho de Spearman debido al incumplimiento del supuesto de normalidad.

El análisis inferencial evidenció una correlación positiva, baja y estadísticamente significativa entre estrategia empresarial y asociatividad, $\rho = 0.177$, $p = 0.007$.

3.2. Discusión

En términos generales, la estrategia empresarial presentó una media alta, lo que sugiere que los productores perciben la existencia de prácticas vinculadas con la dirección estratégica, la definición de objetivos, el liderazgo y la toma de decisiones dentro de la actividad apícola; este resultado se relaciona con el estudio de Molina et al. (2023), quienes interpretan a la estrategia empresarial como un proceso sistemático dirigido al análisis del entorno, la definición de objetivos y la generación de ventajas competitivas sostenibles.

Asimismo, coincide con García et al. (2025), para quienes la estrategia empresarial no se limita a la planificación formal, sino que integra la formulación, ejecución y evaluación continua de decisiones organizacionales.

No obstante, al revisar las dimensiones internas de la estrategia empresarial, se observa que la toma de decisiones y la planificación estratégica obtuvieron niveles muy altos, mientras que la ventaja competitiva alcanzó un nivel alto, pero con una media menor; esta diferencia es importante porque indica que los productores perciben mayor fortaleza en aspectos de dirección, liderazgo, supervisión y definición de funciones que en acciones directamente vinculadas con diferenciación, posicionamiento y respuesta a mayores exigencias del mercado.

En este sentido, los resultados tienen relación con Mousa et al. (2024), quienes sostienen que la planificación estratégica influye positivamente en el desempeño organizacional cuando integra participación directiva, formalidad del proceso y mecanismos de seguimiento. De igual manera, Taramuel et al. (2023) plantean que la toma de decisiones en unidades productivas se relaciona con la planificación, la implementación y el control.

Desde la perspectiva apícola, estos resultados también son coherentes con Angón et al. (2021), quienes identificaron que la planificación, el uso de información y las condiciones de gestión influyen en la eficiencia técnica de las granjas apícolas. En la misma línea, Kiprono et al. (2026) indican que factores como capacitación, extensión, acceso a crédito y volumen de producción influyen en la elección de canales de comercialización de miel.

Sin embargo, el menor puntaje relativo de la ventaja competitiva advierte que las decisiones internas todavía deben traducirse con mayor claridad en diferenciación del producto, posicionamiento comercial, trazabilidad, certificación, innovación y acceso a mercados más favorables.

En cuanto a la asociatividad empresarial, los resultados reflejan también un nivel alto; este dato muestra que los productores valoran positivamente la cooperación, el intercambio de información, la confianza y la articulación con otros actores; por un lado teóricamente, este resultado se relaciona con la comprensión de la asociatividad como una articulación voluntaria entre actores productivos que coordinan esfuerzos sin perder su autonomía, con el objetivo de alcanzar objetivos comunes; al respecto, Ishak et al. (2020) sostienen que las cooperativas y organizaciones de pequeños productores permiten enfrentar restricciones de escala, información y gestión; por tanto, el nivel alto de asociatividad encontrado en este estudio evidencia una disposición favorable hacia formas de trabajo colectivo.

Dentro de la asociatividad, la dimensión cooperación empresarial fue la más alta; este resultado es consistente con Ahmad et al. (2024), quienes señalan que la acción colectiva mejora el poder de negociación, fortalece la inclusión de los productores en la cadena de valor y permite reducir la dependencia de intermediarios.

Sin embargo, el capital social y la articulación asociativa presentaron medias menores que la cooperación empresarial; aunque, ambas dimensiones se mantuvieron en nivel alto, este comportamiento permite señalar que la disposición a cooperar parece estar más consolidada que la confianza plena, la comunicación sostenida y la vinculación efectiva con instituciones o redes externas; es importante mencionar que, esta interpretación guarda relación con Saz-Gil et al. (2021), quienes sostienen que el capital social depende de relaciones de confianza, reciprocidad y normas compartidas que facilitan la cooperación dentro de las organizaciones. Asimismo, Tuna y Karantininis (2021) plantean que las cooperativas pueden actuar como núcleos de capital social cuando facilitan información, recursos y confianza entre sus miembros.

Un resultado que merece atención especial es el bajo puntaje del ítem A14, referido a la percepción de que participar en redes o asociaciones fortalece la competitividad de los productores apícolas; dado que, este comportamiento contrasta con los altos valores obtenidos en otros ítems de asociatividad, especialmente aquellos vinculados con capacitación, apoyo técnico, intercambio de experiencias y necesidad de fortalecer las asociaciones.

Esta contradicción que se aprecia puede interpretarse de tal manera que, los productores reconocen beneficios operativos y formativos de la asociatividad, pero no están percibiendo que la participación en redes o asociaciones se convierta de manera directa en competitividad.

La anterior afirmación tiene relación parcial con Hinton et al. (2022), quienes mencionan que el apoyo financiero a los apicultores puede tener efectos limitados si no se acompaña de formación práctica, mentoría y fortalecimiento de capacidades; también se relaciona con Cardona (2024), en cambio el resalta que la relación institucional y la gobernanza son necesarias para que los pequeños productores mejoren su competitividad.

Por otro lado, en el análisis correlacional, la estrategia empresarial se relacionó de manera positiva, baja y significativa con la asociatividad empresarial; esto se traduce desde el hecho de aceptar la hipótesis de investigación, pero con una interpretación prudente; dado que, el valor bajo del coeficiente indica que la relación no es intensa; en otras palabras, la estrategia empresarial es un factor vinculado con la asociatividad,

pero no es suficiente para explicarla de forma amplia. Esto resulta coherente con los estudios investigativos sobre asociatividad y gobernanza, la cual sostiene que las organizaciones colectivas no dependen solamente de planificación o liderazgo, sino también de confianza, participación, reglas claras, distribución equitativa de beneficios y articulación institucional (da Silva et al., 2022; Ibourk & El Aynaoui, 2023).

Al comparar estos resultados con estudios previos, se observa coincidencia en la dirección de la relación, pero diferencia en su intensidad; este es el caso de Huamán et al. (2023) quienes encontraron que la estrategia asociativa se relaciona de forma positiva y considerable con la competitividad de los apicultores.

Los resultados también dialogan con Velasco et al. (2020) quienes señalaron que las organizaciones apícolas ecuatorianas presentan debilidades administrativas, baja relación con actores locales y necesidad de modelos de gestión empresarial. Del mismo modo, Fernández et al. (2024) evidenciaron que una asociación apícola puede tener experiencia en el mercado, pero presentar debilidades en marketing, distribución y posicionamiento.

Finalmente, los resultados deben interpretarse tomando en cuenta algunas limitaciones; por ejemplo, el estudio se basó en una escala Likert y en percepciones de los productores, por lo que no mide directamente indicadores objetivos como ventas, rentabilidad, volumen de producción, precios obtenidos o acceso efectivo a mercados.

Además, el diseño transversal permite identificar relación entre variables, pero no establecer causalidad; también debe considerarse el comportamiento atípico del ítem A14, que afectó la consistencia interna de la dimensión articulación asociativa; este punto no invalida los resultados generales, pero sí sugiere revisar la formulación del ítem o analizarlo de forma independiente en futuras aplicaciones del instrumento.

CAPÍTULO IV.- CONCLUSIONES

4.1. Conclusiones

Con base a las bondades planteadas, se concluye que la estrategia empresarial mantiene una relación positiva, baja y estadísticamente significativa con la asociatividad empresarial en los productores de miel de la provincia de Tungurahua. Además, este resultado permite afirmar que, cuando los productores perciben una mejor organización estratégica, también existe una tendencia favorable hacia prácticas asociativas.

Se concluye que el marco teórico permitió fundamentar conceptualmente la relación entre la estrategia empresarial y la asociatividad en el sector apícola, y permitió mostrar que la planificación, la organización, la gestión de recursos, la innovación y la toma de decisiones estratégicas son elementos esenciales para mejorar la competitividad de los productores.

Con relación a la estrategia empresarial, los resultados mostraron un nivel alto en la perspectiva de los productores encuestados; de manera particular, las dimensiones planificación estratégica y toma de decisiones alcanzaron puntuaciones muy altas, lo que indica que los productores reconocen la importancia de contar con objetivos claros, liderazgo, identificación de debilidades y acciones dirigidas al mejoramiento de la actividad apícola.

Respecto a la asociatividad empresarial, los resultados también se ubicaron en un nivel alto; es importante mencionar que, esto muestra que los productores valoran de forma positiva la cooperación, el intercambio de información, el apoyo mutuo y la participación en asociaciones o agrupaciones; asimismo, se identificó una percepción favorable sobre la necesidad de fortalecer las asociaciones apícolas en Tungurahua.

En síntesis, los resultados permiten concluir que los productores apícolas de Tungurahua presentan una percepción favorable tanto de la estrategia empresarial como de la asociatividad.

BIBLIOGRAFÍA

Ahmad, S. R., Shadbolt, N., & Reid, J. (2024). Collective action for rice smallholder's value chain: Insight from Yogyakarta, Indonesia. *Journal of Co-operative Organization and Management, 12*(1), 100236. https://doi.org/10.1016/j.jcom.2024.100236

Alcívar, B. (2025). Capacidades dinámicas y su abordaje en la innovación organizacional en el contexto hispanoamericano. *Revista San Gregorio*, *1*(Especial_2), 94-105. https://doi.org/10.36097/rsan.v1iEspecial_2.3273

Alcivar, E. (2024). Responsabilidad social corporativa como estrategia para mejorar el rendimiento empresarial. *Revista Científica Zambos*, *3*(2), 31-47. https://revistaczambos.utelvtsd.edu.ec/index.php/home/article/view/16

Alcívar, I. (2024). Apicultura: Análisis de la gestión agroempresarial en Manabí, Ecuador. Agroecología Global. Revista Electrónica de Ciencias del Agro y Mar, 6(11), 35-56. https://doi.org/https://doi.org/10.35381/a.g.v6i11.4242

Al-Shukri, K. S. (2024). Strategic information planning and performance of SMEs: A structural equation modelling approach. *Human Systems Management, 43*(3), 341–354. https://doi.org/10.3233/HSM-230044

Angón, E., Bragulat, T., García, A., Giorgis, A., & Perea, J. (2021). Key factors affecting the technical efficiency of bee farms in the province of La Pampa (Argentina): A two-stage DEA approach. *Revista de la Facultad de Ciencias Agrarias UNCuyo, 53*(1), 150–163. https://doi.org/10.48162/rev.39.015

Ayala, P., & Aguilera, M. (2024). Estudio del impacto de estrategias financieras en la sostenibilidad y productividad de las PYMES. *Uda akadem*, (14), 11-51. https://udaakadem.uazuay.edu.ec/index.php/udaakadem/article/view/832

Bamford, C. E., Hoffman, A. N., Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2023). *Strategic management and business policy: Globalization, innovation and sustainability* (16th ed.). Pearson.

Cardona, H. (2024). Innovaciones institucionales y gobernanza para la competitividad de los pequeños agricultores en Colombia. (Tesis de postgrado, Universidad Complutense de Madrid). Repositorio institucional. https://docta.ucm.es/entities/publication/ed861617-13f9-4d40-b1ef-56140eb9b0b1

Chacón, W. (2022). LA GESTIÓN ESTRATÉGICA Y LA MATRIZ DE ANSOFF ¿INNOVACIÓN O COMPETITIVIDAD GERENCIAL? *Revista Estudios Gerenciales y de las Organizaciones*, *115*. https://www.regyo.bc.uc.edu.ve/v6n11/art06.pdf

Comisión Económica para América Latina y el Caribe, Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, & Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2024). *Perspectivas de la agricultura y del desarrollo rural en las Américas: Una mirada hacia América Latina y el Caribe 2023-2024*. IICA. https://repositorio.cepal.org/handle/11362/69183

Cordero, C., López, K., & Torres, J. G. (2025). La gestión estratégica como herramienta de ventaja competitiva para IES. *Investigación y Ciencia Aplicada a la Ingeniería*, *8*(49). https://ojsincaing.com.mx/index.php/ediciones/article/view/453

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications. Link: https://books.google.com/books/about/Research_Design.html?id=335ZDwAAQBAJ

da Silva, F. F., Baggio, D. K., & Santos, D. F. L. (2022). Governance and performance model for agricultural cooperatives. *Estudios Gerenciales, 38*(165), 464–478. https://doi.org/10.18046/j.estger.2022.165.5238

Dicks, L. e. (2021). *¿Qué implica para los humanos la pérdida de polinizadores?* Nature Ecology & Evolution

FAO. (2021). *El mundo se encuentra en una coyuntura crítica.* https://www.fao.org/interactive/state-of-food-security-nutrition/2021/en/

Fernández, M., Macias, A., & Zambrano, J. (2024). Modelo de gestión comercial para la asociación apícola Reinas Obreras de San Antonio, cantón Chone. Digital Publisher CEIT, 9(3), 422-437. https://doi.org/https://doi.org/10.33386/593dp.2024.3.2368

Field, A. (2024). *Discovering statistics using IBM SPSS Statistics* (6th ed.). SAGE Publications. https://books.google.com/books/about/Discovering_Statistics_Using_IBM_SPSS_St.html?id=Nf3TEAAAQBAJ

García, A., Salazar, N., Intriago, K., Laines, J., Alcivar, J., & Parraga, G. (2025). Gestión estratégica: Enfoques teóricos y aplicaciones prácticas. *Ciencia y Desarrollo*, *28*(1), 69-79. http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/CYD/article/view/2803

Hattab, H. N., Atti, L. M., & Sabeeh, A. O. (2023). The impact of strategic capabilities in achieving sustainable competitive advantage. *South Asian Journal of Social Sciences and Humanities,* *4*(2), 12–40. https://doi.org/10.48165/sajssh.2023.4202

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Education. https://biblioteca.ucuenca.edu.ec/digital/s/biblioteca-digital/ark%3A/25654/2140

Hinton, J., Schouten, C., Stimpson, K., & Lloyd, D. (2022). Financial support services for beekeepers: A case study of development interventions in Fiji's Northern Division. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies, 12*(2), 304–319. https://doi.org/10.1108/JADEE-08-2020-0176

Huamán, A., Yupanqui, M., & Nolasco, E. (2023). Estrategia asociativa para la competitividad de los apicultores. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(1), 7049–7066. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i1.4943

Huamán, A., Yupanqui, M., & Nolasco, E. (2023). Estrategia asociativa para la competitividad de los apicultores. Ciencia Latina Revista Multidisciplinar, 7(1), 7049-7066. https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i1.4943

Iakovidis, D., Gadanakis, Y., & Park, J. (2023). Farmer and adviser perspectives on business planning and control in Mediterranean agriculture: Evidence from Argolida, Greece. *Agriculture, 13*(2), 450. https://doi.org/10.3390/agriculture13020450

Ibourk, A., & El Aynaoui, K. (2023). Agricultural cooperatives' sustainability and the relevance of start-up support programs: Evidence from cooperatives' level in Morocco. *Sustainability, 15*(4), 3460. https://doi.org/10.3390/su15043460

Ibourk, A., & El Aynaoui, K. (2023). Agricultural cooperatives' sustainability and the relevance of start-up support programs: Evidence from cooperatives' level in Morocco. *Sustainability, 15*(4), 3460. https://doi.org/10.3390/su15043460

Ishak, S., Omar, A. R. C., Sum, S. M., Othman, A. S., & Jaafar, J. (2020). Smallholder agriculture cooperatives' performance: ¿What is in the minds of management? *Journal of Co-operative Organization and Management, 8*(2), 100110. https://doi.org/10.1016/j.jcom.2020.100110

Kalkbrenner, M. T. (2023). Alpha, omega, and H internal consistency reliability estimates: Reviewing these options and when to use them. *Counseling Outcome Research and Evaluation, 14*(1), 77–88. https://doi.org/10.1080/21501378.2021.1940118

Kiprono, N., Gitau, R., & Chelang'a, N. (2026). Determinants of beekeepers' honey market outlet choice in Baringo County: A multivariate probit regression analysis. *Frontiers in Sustainable Food Systems, 10*, 1647473. https://doi.org/10.3389/fsufs.2026.1647473

Kiprono, N., Gitau, R., & Chelang'a, N. (2026). Determinants of beekeepers' honey market outlet choice in Baringo County: A multivariate probit regression analysis. *Frontiers in Sustainable Food Systems, 10*, 1647473. https://doi.org/10.3389/fsufs.2026.1647473

Kyriazos, T. A. (2018). Applied psychometrics: Writing-up a factor analysis construct validation study with examples. *Psychology, 9*(11), 2503–2530. https://doi.org/10.4236/psych.2018.911144

Lakens, D. (2022). Sample size justification. *Collabra: Psychology, 8*(1), Article 33267. https://doi.org/10.1525/collabra.33267

Liu, Y., Liu, Z., Liu, J., Qiu, L., Wang, Y., & Fu, X. (2022). Research on the impact of members' social capital within agricultural cooperatives on their adoption of IPM in China. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 19*(18), 11538. https://doi.org/10.3390/ijerph191811538

López, O. (2025). Gestión efectiva del sector agroindustrial desde el enfoque de Investigación, Desarrollo, Innovación y Cultura de Innovación (I+ D+ i+ CIn). *Revista Científica Estelí*, (55), 203-225. https://doi.org/10.5377/esteli.v14i55.21307

López, O., & Meza, J. (2025). Cadenas productivas y clústeres agropolitanos: integración territorial y competitividad agrícola: Agricultural value chains and agropolitan clusters: territorial integration and agricultural competitiveness. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, *6*(6), 1428-1445. https://doi.org/10.56712/latam.v6i6.4983

Magakwe, N., & Olorunfemi, O. (2024). A systematic review of the trends, effects, and deterrents of collective marketing participation among smallholder farmers in Sub-Saharan Africa. *Sustainability, 16*(21), 9578. https://doi.org/10.3390/su16219578

Matas, A. (2018). Diseño del formato de escalas tipo Likert: Un estado de la cuestión. *Revista Electrónica de Investigación Educativa, 20*(1), 38–47. https://doi.org/10.24320/redie.2018.20.1.1347

Memon, M. A., Ting, H., Cheah, J. H., Thurasamy, R., Chuah, F., & Cham, T. H. (2020). Sample size for survey research: Review and recommendations. *Journal of Applied Structural Equation Modeling, 4*(2), i–xx. https://doi.org/10.47263/JASEM.4(2)01

Molina, R., Ramos, L., Molina, M., & Molina, R. (2023). Gestión estratégica e innovación en las organizaciones: Aproximaciones reflexivas. *Revista Latinoamericana de Difusión Científica*, *5*(9), 215-233. https://doi.org/10.38186/difcie.59.13

Mousa, K. M., Ali, K. A. A., & Gurler, S. (2024). Strategic planning and organizational performance: An empirical study on the manufacturing sector. *Sustainability, 16*(15), 6690. https://doi.org/10.3390/su16156690

Nguyen Thi, U., Van, M. H., Mahmud, I., & Thi Thuy, L. V. (2023). Innovation and the sustainable competitive advantage of young firms: A strategy implementation approach. *Sustainability, 15*(13), 10555. https://doi.org/10.3390/su151310555

Ñaupas Paitán, H., Valdivia Dueñas, M. R., Palacios Vilela, J. J., & Romero Delgado, H. E. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis* (5.ª ed.). Ediciones de la U. https://edicionesdelau.com/producto/metodologia-de-la-investigacion-cuantitativa-cualitativa-y-redaccion-de-la-tesis-5a-edicion/

Oliveira Júnior, O. de P., & Wander, A. E. (2024). Cooperative Competitiveness Index: A tool to assess the competitiveness of agroindustrial cooperatives. *Revista de Administração da UFSM, 17*(1). https://doi.org/10.5902/1983465986241

Quimi, W., Arzube, E., Quimi, D. I., & Flores, E. (2025). Factores de eficiencia operativa y productividad en la rentabilidad de las PYMES ecuatorianas en el periodo 2024. *Revista Científica Arbitrada de Investigación en Comunicación, Marketing y Empresa REICOMUNICAR. ISSN 2737-6354.*, *8*(16), 465-497. https://doi.org/10.46296/rc.v8i16.0397

Rodríguez, L. (2021). *PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MIEL DE ABEJA ORGÁNICA PARA PROMOVER EL DESARROLLO DEL CANTÓN NARANJITO.* (Milagro: Universidad Agraria del Ecuador). Repositorio Institucional. https://cia.uagraria.edu.ec/Archivos/RODRIGUEZ%20REY%20%20LADY%20STEFANIE.pdf

Rodríguez, L. (2021). *PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MIEL DE ABEJA ORGÁNICA PARA PROMOVER EL DESARROLLO DEL CANTÓN NARANJITO*. (Tesis de grado: Universidad Agraria del Ecuador). Repositorio institucional.

https://cia.uagraria.edu.ec/Archivos/RODRIGUEZ%20REY%20%20LADY%20STEFANIE.pdf

Ruiz, R. (2025). Gestión estratégica como vía para promover la competitividad en las pequeñas y medianas empresas. *Revista Biodanza & Humanismo*, *3*(1), 172-183. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10457946

Santistéban, A., & Rodríguez, J. (2023). Modelo de gestión estratégica para la sostenibilidad de las mipymes familiares del departamento de San Marcos, Guatemala. *Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades*, (21), 77-93. https://doi.org/10.37135/chk.002.21.05

Saz-Gil, I., Bretos, I., & Díaz-Foncea, M. (2021). Cooperatives and social capital: A narrative literature review and directions for future research. *Sustainability, 13*(2), 534. https://doi.org/10.3390/su13020534

Soledispa, M., & Feijo, T. (2025). Habilidades Empresariales en la Sostenibilidad de Negocios Artesanales del Recinto Quimis. Revista Científica MQRInvestigar, 9(2), 1-15. https://doi.org/10.56048/MQR20225.9.2.2025.e669

Taber, K. S. (2018). The use of Cronbach's Alpha when developing and reporting research instruments in science education. *Research in Science Education, 48*, 1273–1296. https://doi.org/10.1007/s11165-016-9602-2

Taramuel, J. P., Montoya, I. A., & Barrios, D. (2023). Drivers linking farmers' decision-making with farm performance: A systematic review and future research agenda. *Heliyon, 9*(10), e20820. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e20820

Toloza, H. (2023). Gestión estratégica en entornos turbulentos. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, *7*(2), 6597-6614. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i2.5809

Tuna, E., & Karantininis, K. (2021). Agricultural cooperatives as social capital hubs–A case in a post-socialist country. *Journal of Co-operative Organization and Management*, *9*(1), 100134.

Vanhuyse, F., Bailey, A., & Tranter, R. (2021). Management practices and the financial performance of farms. *Agricultural Finance Review, 81*(3), 415–429. https://doi.org/10.1108/AFR-08-2020-0126

Velasco, G., Ponce, L., & Enríquez, B. (2020). Modelo de gestión empresarial para la administración de la asociación de apicultura ASOPROAPIMIEL. *UNESUM-Ciencias: Revista Científica Multidisciplinaria*, 4(4), 41–50. https://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/2475

Velasco, G., Ponce, L., & Obregón, B. (2020). MODELO DE GESTIÓN EMPRESARIAL PARA LA ADMINISTRACIÓN DE LA ASOCIACIÓN DE APICULTURA "ASOPROAPIMIEL" DEL SITIO QUIMIS DEL CANTÓN JIPIJAPA, MANABÍ, ECUADOR. UNESUM-Ciencias: Revista Científica Multidisciplinaria, 4(4), 41-50. https://doi.org/https://revistas.unesum.edu.ec/index.php/unesumciencias/article/view/345

Zhu, X., & Wang, G. (2024). Impact of agricultural cooperatives on farmers' collective action: A study based on the socio-ecological system framework. *Agriculture, 14*(1), 96. https://doi.org/10.3390/agriculture14010096

ANEXOS

Anexo 1.

Validación por expertos

2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	

OBSERVACIONES GENERALES DEL JUEZ

VALIDACIÓN DEL JUEZ EXPERTO

Nombre del juez: Dolors Guamán

Título académico: PhD en Administración

Especialidad: Administración

Institución: U.T.A.

Firma:

Fecha: 21 ABRIL 2026

2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	

OBSERVACIONES GENERALES DEL JUEZ

VALIDACIÓN DEL JUEZ EXPERTO

Nombre del juez: Héctor Hernández

Título académico: Dr. Ciencias Sociales mención Gerencia.

Especialidad:

Institución: U.Y.A.

Firma:

Fecha: 11-04-2016

VALIDACIÓN CUALITATIVA (OBSERVACIONES)

Ítem	Observación
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	

OBSERVACIONES GENERALES DEL JUEZ

_____

_____

_____

_____

VALIDACIÓN DEL JUEZ EXPERTO

Nombre del juez: Jorge Abril Flores

Título académico: Magister

Especialidad: Adm. de Empresas

Institución: UTA - FCADM

Firma:

Fecha: 30/04/2024

Anexo 2.

Instrumento del estudio

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Encuesta dirigida a productores de miel de la provincia de Tungurahua

Tema de investigación: "Estrategia empresarial y asociatividad en los productores de miel de la provincia de Tungurahua".

Objetivo: La presente encuesta tiene como objetivo analizar la relación entre la estrategia empresarial y la asociatividad en los productores de miel de la provincia de Tungurahua, con fines académicos para el desarrollo de una investigación de la Universidad Técnica de Ambato.

Acuerdo de confidencialidad

La información proporcionada será **utilizada únicamente con fines académicos**, garantizando la **confidencialidad y anonimato** de los participantes. Sus respuestas serán analizadas de manera general y **no se divulgarán datos personales**.

INSTRUCCIONES: Estimado Sr. Productor sírvase colaborar con esta encuesta, marcando una X en el casillero correspondiente de acuerdo con su criterio, el cual serás muy valioso para la investigadora para cumplir con el objetivo trazado.

DATOS GENERALES

1. **Cantón donde desarrolla principalmente la actividad apícola:**

   ☐ Ambato

   ☐ Baños de Agua Santa

   ☐ Cevallos

   ☐ Mocha

   ☐ Patate

   ☐ Pelileo

   ☐ Píllaro

☐ Quero

☐ Tisaleo

☐ Otro: _____

2. **Edad:**

   ☐ 18 a 30 años

   ☐ 31 a 45 años

   ☐ 46 a 60 años

   ☐ Más de 60 años

3. **Nivel de instrucción:**

   ☐ Primaria

   ☐ Secundaria

   ☐ Técnico/Tecnológico

   ☐ Superior

4. **Años de experiencia en la actividad apícola:**

   ☐ Menos de 2 años

   ☐ De 2 a 5 años

   ☐ De 6 a 10 años

   ☐ Más de 10 años

5. **Número aproximado de colmenas que posee:**

   ☐ Menos de 10

   ☐ De 10 a 30

   ☐ De 31 a 50

   ☐ Más de 50

Variable dependiente: Asociatividad empresarial.

1 = Totalmente en desacuerdo

2 = En desacuerdo

3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo

4 = De acuerdo

5 = Totalmente de acuerdo

Dimensión 1. Cooperación empresarial

1. Mantengo relaciones de colaboración con otros productores apícolas.
2. Comparto información o experiencias productivas con otros apicultores.
3. He participado en actividades conjuntas con otros productores para mejorar la producción o comercialización.
4. Considero que el trabajo conjunto entre productores beneficia al sector apícola.
5. Estoy dispuesto(a) a establecer alianzas con otros productores para fortalecer la actividad apícola.

Dimensión 2. Capital social

6. Existe confianza entre los productores apícolas de mi entorno.
7. Entre los productores apícolas se promueve el respeto y el apoyo mutuo.
8. La comunicación entre productores facilita el desarrollo de acciones conjuntas.
9. Las relaciones entre productores permiten intercambiar conocimientos útiles para la actividad apícola.
10. Considero que la unión entre productores fortalece el crecimiento del sector apícola.

Dimensión 3. Articulación asociativa

11. Existe coordinación entre productores apícolas y entidades públicas o privadas.
12. La participación en asociaciones o agrupaciones facilita el acceso a capacitaciones y apoyo técnico.
13. La articulación con instituciones contribuye a mejorar la comercialización de los productos apícolas.
14. Participar en redes o asociaciones fortalece la competitividad de los productores apícolas.
15. Considero necesario fortalecer las asociaciones del sector apícola en la provincia de Tungurahua.

Instrumento para la variable: Estrategia empresarial

Base: Meléndez (2018) y adaptado a la variable del presente estudio.

1 = Totalmente en desacuerdo

2 = En desacuerdo

3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo

4 = De acuerdo

5 = Totalmente de acuerdo

Dimensión: Planificación estratégica

1. La asociación apícola cuenta con una misión y visión claramente definidas.
2. La asociación apícola establece objetivos claros para orientar sus actividades.
3. La asociación apícola planifica estrategias para mejorar sus procesos productivos y comerciales.
4. Los roles y funciones dentro de la asociación apícola están claramente definidos.

Dimensión: Ventaja competitiva

5. La asociación apícola desarrolla acciones para diferenciar sus productos frente a la competencia.
6. La calidad de la miel y de los demás productos apícolas constituye una fortaleza competitiva.
7. La asociación apícola tiene capacidad para responder a mayores exigencias del mercado.
8. La asociación impulsa mejoras para fortalecer su posicionamiento y permanencia en el mercado.

Dimensión: Toma de decisiones

9. La directiva de la asociación apícola demuestra liderazgo al orientar las actividades de los socios.
10. En la asociación apícola se realizan supervisiones o controles periódicos de sus procesos.
11. La asociación identifica sus debilidades y toma decisiones oportunas para corregirlas.