

**Evaluación del efecto de la transparencia financiera y la rendición de cuentas en la confianza de los *stakeholders* en las asociaciones de productores agropecuarios de Pérez Zeledón durante el periodo 2020-2024**

Informe del seminario presentado en:

Área de Espacio y Ambiente y Sociedad y Desarrollo Económico

Sede Regional Brunca

Universidad Nacional

Para optar por el grado académico de

Licenciatura en Administración con especialidad en Gestión Financiera

Kayna Amador Segura

Lizeth Fernández León

Kembly Muñoz Fonseca

Noviembre, 2025



**Evaluación del efecto de la transparencia financiera y la rendición de cuentas en la confianza de los *stakeholders* en las asociaciones de productores agropecuarios de Pérez Zeledón durante el periodo 2020-2024**

Kayna Amador Segura

Lizeth Fernández León

Kembly Muñoz Fonseca

APROBADO POR:

Firma

Director del TFG: M.Sc. Juan Diego Barrantes Cordero

Firma

Asesora: M.Sc. Gretel Rojas García

Firma

Asesor: M.Sc. Luis Diego Valverde Chavarría

Firma

Representación del Decanato: Dr. Elvis Rojas Ramírez

Firma

Director de campus: MBA. Erick Madrigal Villanueva

## **Dedicatoria**

Dedicado especialmente a Dios, porque sin su guía, fortaleza y amor nada de esto habría sido posible, a mi familia por ser refugio ante las pruebas, así como el motor que impulsa cada uno de mis pasos, a mi pareja por ser hogar y caminar a mi lado, por brindarme tu fuerza cuando la mía flaqueaba, a los profesores que han sido un pilar fundamental en la enseñanza, a todos los que de una u otra forma son parte de esta historia. Cada uno ha dejado una huella en mi corazón que jamás se borrará.

Kayna Amador Segura

Dedico este trabajo a Dios, por ser mi guía, por ayudarme a superar los momentos adversos y acompañarme en todos los momentos de mi vida. A mi familia, especialmente, a mis padres Danilo Fernández Navarro y Adela León Arguedas, por sus sacrificios, su amor incondicional y su apoyo constante. Y a mi abuela, María Arguedas Elizondo, por todo su amor y por inspirarme siempre a superar mis miedos.

Lizeth Fernández León

Dedicado a Dios, por ser mi guía constante, darme fortaleza en los momentos de dificultad y concederme la sabiduría necesaria para culminar esta etapa. A mis queridos padres, Anabelly Fonseca Arias y Obdulio Muñoz Rivera, por su amor incondicional, sacrificio y apoyo inquebrantable desde el primer paso de este recorrido. Gracias por enseñarme el valor del esfuerzo, la perseverancia y la fe.

Kembly Verónica Muñoz Fonseca

## **Agradecimientos**

Primeramente, agradezco a Dios, fuente de toda sabiduría, a él le debo la perseverancia en los momentos difíciles, la claridad para seguir adelante y la paz para culminar esta etapa tan importante en la vida. A mi familia por ser la razón para seguir esforzándome cada día.

A mi pareja, gracias por creer e impulsarme a cumplir mis sueños, ¡te amo!

A mis amigas y compañeras Lizeth Fernández León y Verónica Muñoz Fonseca, por ser una parte fundamental en esta etapa, sus palabras de ánimo, así como apoyo sincero hicieron que este recorrido fuera más llevadero y lleno de aprendizajes compartidos, las amo.

A la Universidad Nacional de Costa Rica, por brindarme el respaldo que necesitaba para desarrollarme personal y profesionalmente, así como a los profesores que nos ayudaron a lo largo de este proceso, gracias a todos. ¡Se les aprecia!

Kayna Amador Segura

Agradezco a Dios, por guiarme y acompañarme a lo largo de este recorrido académico y por darme la fortaleza necesaria para culminar este proceso.

A mi familia, por ser mi pilar fundamental, por su apoyo incondicional en los momentos más difíciles y por motivarme a seguir adelante.

A mis amigas y compañeras, Kayna Amador Segura y Verónica Muñoz Fonseca, por su amistad, perseverancia, trabajo en equipo y por cada momento compartido.

A los profesores por todos los conocimientos compartidos y a toda persona que, de alguna u otra manera, contribuyeron con su ayuda durante este proceso.

Lizeth Fernández León

Agradezco a Dios, por ser mi guía en cada paso de este proceso, por darme la fortaleza, la sabiduría y la perseverancia necesarias para alcanzar esta meta.

A mi familia, por su amor incondicional y su apoyo constante. Gracias por motivarme a seguir adelante incluso en los momentos más difíciles y por celebrar conmigo cada logro alcanzado.

A mis queridas compañeras Kayna Amador Segura y Lizeth Fernández León por su amistad, compromiso y trabajo en equipo.

A mis profesores, por compartir sus conocimientos, orientación y valiosas enseñanzas que enriquecieron mi formación académica y fomentaron mi crecimiento profesional.

Finalmente, a todas las personas que, de manera directa o indirecta, brindaron su apoyo y acompañamiento, expreso mi más sincero agradecimiento.

Kembly Verónica Muñoz Fonseca

## Resumen

Este trabajo se centra en analizar el efecto que la transparencia financiera y la rendición de cuentas tienen sobre la confianza de los grupos de interés (para efectos y fines de esta investigación se mantendrá el anglicismo: *stakeholders*) de las asociaciones de productores agropecuarios del cantón de Pérez Zeledón. Se aplicó un enfoque mixto (cualitativo-cuantitativo) con alcance descriptivo, exploratorio y explicativo. Se aplicaron dos cuestionarios: uno dirigido a 100 personas asociadas y otro a nueve personas directivas de organizaciones de productores. Asimismo, se realizó una entrevista a las jefaturas de las Agencias de Extensión de San Isidro de El General y de Pejibaye del Ministerio de Agricultura y Ganadería. Los resultados obtenidos reflejan que, según los funcionarios del MAG, la confianza de personas asociadas depende de la transparencia financiera y la correcta rendición de cuentas, así como de la madurez organizacional en la transparencia financiera. Por su parte, personas directivas de las asociaciones mencionan que las asambleas generales es el principal mecanismo de rendición de cuentas; las cuales se desarrollan anualmente, asimismo, consideran que las personas asociadas se encuentran satisfechos con la transparencia financiera brindada. Las personas asociadas indican que las organizaciones poseen alto nivel de interés por la transparencia financiera, asimismo, se sienten satisfechos con la rendición de cuentas, aunque de igual manera existen puntos de baja calificación que deben ser tomados en cuenta. Por lo tanto, las asociaciones de productores muestran niveles aceptables en cuanto a transparencia, confianza y rendición de cuentas. No obstante, existen áreas de mejora en frecuencia, claridad y accesibilidad de la información, de igual manera persisten brechas de comunicación y comprensión financiera entre directivos y asociados.

**Palabras clave:** Asambleas, Asociaciones de productores, Confianza, Rendición de cuentas, *Stakeholders*, Transparencia financiera

## Tabla de contenido

Dedicatoria .....	4
Agradecimientos.....	5
Resumen .....	7
Tabla de contenido .....	8
Índice de tablas .....	13
Índice de figuras .....	15
Lista de abreviaciones y símbolos .....	16
Capítulo I: Introducción.....	17
Justificación.....	18
Antecedentes.....	22
Antecedentes históricos.....	22
Antecedentes teóricos .....	23
Antecedentes metodológicos .....	25
Tesis titulada: Modelo de rendición de cuentas y fortalecimiento de la participación ciudadana de usuarios de la Municipalidad Distrital Ciudad Eten – Chiclayo. ....	25
Trabajo de titulación: Transparencia e importancia de la información financiera para el proceso de la toma de decisiones en las compañías del sector de la construcción de la provincia de Loja durante los años 2018 a 2020; manual de políticas contables. ....	26
Trabajo de titulación: La rendición de cuentas como mecanismo de transparencia en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Loja, periodo 2019–2021. ....	26
Problemática y su importancia.....	26
Objetivos, preguntas generadoras y otros .....	30

Objetivo general.....	30
Objetivos específicos .....	30
Preguntas generadoras .....	31
Variables de estudio .....	32
Alcances y limitaciones.....	34
Alcances .....	34
Limitaciones.....	35
Capítulo II: Marco teórico.....	36
Contexto referencial.....	37
Generalidades del cantón de Pérez Zeledón .....	37
Contextualización de las asociaciones de productores .....	39
Marco jurídico de las asociaciones de productores agropecuarios.....	40
Consejo Nacional de Producción.....	40
Ley de Asociaciones n.º 218 .....	41
Organizaciones relacionadas.....	42
Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) .....	42
Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) .....	43
Contexto teórico .....	46
Teoría de stakeholders .....	46
Conceptualización de stakeholder.....	47
La transparencia y rendición de cuentas en las organizaciones.....	49
Mecanismos de rendición de cuentas .....	50

Efecto de la transparencia y rendición de cuentas en la confianza de los stakeholders en las asociaciones .....	52
Correlación entre las prácticas y la confianza de los stakeholders.....	52
Claridad, accesibilidad de la información y frecuencia de la divulgación .....	53
Percepción y expectativas de stakeholders .....	54
Accesibilidad de información.....	56
Capítulo III: Marco metodológico .....	58
Tipo de estudio .....	59
Población y muestra .....	60
Población.....	60
Muestra.....	61
Participantes del estudio.....	61
Sujetos de información .....	61
Variables e indicadores .....	62
Conceptualización, operacionalización e instrumentalización de las variables.....	62
Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable transparencia financiera .....	62
Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable rendición de cuentas.....	63
Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable expectativas .....	63
Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable percepción.....	64
Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable efecto .....	65
Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable prácticas.....	65

Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable confianza.....	66
Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable claridad de la información .....	67
Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable frecuencia de divulgación .....	67
Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable accesibilidad de la información .....	68
Instrumentalización o técnicas de recolección de datos.....	72
Entrevista.....	72
Encuesta.....	72
Consideraciones éticas.....	73
Capítulo IV: Análisis e interpretación de los resultados .....	75
Perspectivas y opiniones de los funcionarios del Ministerio de Agricultura y Ganadería respecto a la transparencia financiera y rendición de cuentas ejercidas por las asociaciones de productores de Pérez Zeledón .....	76
Prácticas de transparencia financiera y rendición de cuentas desde el punto de vista de personas directivas de las asociaciones de productores de Pérez Zeledón.....	86
Prácticas de transparencia financiera y rendición de cuentas desde el punto de vista de personas asociadas de las asociaciones de productores de Pérez Zeledón.....	98
Diferencias identificadas entre el cuestionario aplicado a directivos y el cuestionario aplicado a asociados de las asociaciones de productores de Pérez Zeledón .....	114
Frecuencia de consultas sobre gestión financiera.....	114

Importancia brindada por las asociaciones de productores a las expectativas de las personas asociadas .....	115
Claridad de la información financiera .....	116
Cumplimiento de transparencia financiera .....	116
Capítulo V: Conclusiones y recomendaciones .....	118
Conclusiones .....	119
Recomendaciones .....	124
Referencias .....	127
Apéndices .....	147

## Índice de tablas

Tabla 1 Cuadro de variables .....	32
Tabla 2 Modelo de análisis .....	70
Tabla 3 Entrevista a funcionarios del Ministerio de Agricultura y Ganadería.....	77
Tabla 4 Cumplimiento de la transparencia financiera por parte de la asociación .....	88
Tabla 5 Nivel de importancia que las asociaciones de productores le brindan al cumplimiento de las expectativas de las personas asociadas .....	89
Tabla 6 Razones de importancia de conocer las expectativas de las personas asociadas .....	90
Tabla 7 Nivel de participación de personas asociadas durante el periodo 2020-2024 .....	93
Tabla 8 Nivel de acuerdo/desacuerdo sobre la claridad de la información financiera .....	93
Tabla 9 <i>Nivel de acuerdo/desacuerdo sobre la comprensión de las partidas de ingresos y gastos de los informes financieros.....</i>	95
Tabla 10 Frecuencia de entrega de informes financieros .....	96
Tabla 11 Acceso de las personas asociadas a la información financiera.....	97
Tabla 12 Interés de la asociación sobre la transparencia financiera y la rendición de cuentas	101
Tabla 13 Grado de satisfacción respecto a las prácticas de rendición de cuentas empleadas por las asociaciones de productores .....	103
Tabla 14 Grado de satisfacción de las personas asociadas en lo que respecta al cumplimiento de sus expectativas.....	105
Tabla 15 Nivel de integridad del equipo directivo de las asociaciones de productores .....	106
Tabla 16 Nivel de responsabilidad financiera de las asociaciones de productores .....	107
Tabla 17 Grado de satisfacción respecto a la claridad de la información.....	108
Tabla 18 Nivel de satisfacción respecto al conocimiento de los encargados de las asociaciones en gestión financiera .....	109
Tabla 19 Grado de acuerdo/desacuerdo respecto a diversas prácticas de transparencia financiera y rendición de cuentas .....	112

Tabla 20 Grado de satisfacción respecto a diferentes aspectos relacionadas con la información financiera brindada por las asociaciones de productores ..... 113

## Índice de figuras

Figura 1 Mecanismos de rendición de cuentas empleados por las asociaciones .....	87
Figura 2 Aspectos de la presentación de informes financieros que las asociaciones han cumplido a satisfacción durante el periodo 2020-2024 .....	91
Figura 3 Nivel de confianza de asociados durante el periodo 2020-2024 .....	92
Figura 4 Métodos empleados por las asociaciones de productores para presentar la información financiera.....	94
Figura 5 Frecuencia de atención a consultas sobre temas financieros .....	98
Figura 6 Años de formar parte de una asociación de productores .....	99
Figura 7 Medios usados por las asociaciones de productores para garantizar la transparencia financiera durante el periodo 2020-2024 .....	100
Figura 8 Mecanismos de rendición de cuentas empleados por las asociaciones .....	102
Figura 9 Expectativas de las personas asociadas en lo que respecta a gestión financiera.....	104
Figura 10 Frecuencia de realización de consultas sobre gestión financiera a las asociaciones de productores .....	110
Figura 11 Factores que inciden en el nivel de confianza de las personas asociadas.....	111

## **Lista de abreviaciones y símbolos**

CNP: Consejo Nacional de Producción

IA: Inteligencia Artificial

INEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

MAG: Ministerio de Agricultura y Ganadería

MEIC: Ministerio de Economía, Industria y Comercio

PLN: Partido Liberación Nacional

RSC: Responsabilidad Social Corporativa

TIC: Tecnologías de la Información y la Comunicación

UPANACIONAL: Unión de Pequeños Productores Agropecuarios Costarricenses

## Capítulo I: Introducción

## Justificación

Esta investigación tiene por objetivo profundizar en la transparencia financiera y la rendición de cuentas, y analizar su influencia en la confianza de los grupos de interés (para efectos y fines de esta investigación se mantendrá el anglicismo: *stakeholders*) de las asociaciones de productores agropecuarios del cantón de Pérez Zeledón. La transparencia financiera se ha consolidado como un factor crucial para las organizaciones e instituciones, especialmente en el marco de la sostenibilidad.

Las asociaciones de productores realizan actividades económicas vinculadas con la producción y el desarrollo de sus distintas fases. En consecuencia, la información contable y financiera resulta fundamental, pues facilita la toma de decisiones. Esta información contribuye a las prácticas de rendición de cuentas y repercute directamente en las valoraciones de los grupos de interés. El análisis de cómo se implementa la transparencia financiera y la rendición de cuentas en estas organizaciones cobra relevancia si se considera que las asociaciones de productores constituyen un pilar del desarrollo económico y social de las zonas rurales.

La investigación reviste interés para las personas productoras agremiadas y para los demás grupos de interés, quienes aspiran a un mayor crecimiento económico que mejore su calidad de vida. Estos actores dan vida a la entidad, miembros, personas trabajadoras, entes reguladores, entre otros, y procuran el logro de objetivos comunes.

El aumento de la desconfianza social se vincula con la claridad de la información que ofrecen las entidades, el nivel de acceso a esta y su desempeño final. Al respecto, Parrado y Reynaers (2021) sostienen que “la transparencia es impulsada, fundamentalmente, por la necesidad de revelar [...] todo lo que se va a medir y evaluar” (p. 173). En el caso de las asociaciones de productores, es fundamental que quienes gestionan las finanzas se centren en facilitar la participación de los distintos grupos de interés, pues ello puede aumentar su

confianza en la asociación y favorecer la colaboración de las personas productoras en el desempeño organizacional.

En las asociaciones pueden coexistir diversas prácticas de rendición de cuentas, en ocasiones, los grupos de interés (*stakeholders*) no están conformes con la información financiera que reciben ni con el acceso del que disponen, lo cual resulta problemático. Como señalan Herrera y Mahecha (2018): “entre más participación se le dé a los *stakeholders* en el proceso de rendición de cuentas, menos posibilidades de manipulación y sesgo en la evaluación existirá” (párr. 59). De ahí que, si en las asociaciones de productores no se incluye adecuadamente a los grupos de interés en los aspectos financieros con criterios de transparencia, podría incrementarse su desconfianza. Por consiguiente, es importante estudiar la forma en que comunican resultados y cómo ello incide en el nivel de confianza que poseen los grupos de interés.

Al considerar “el valor en la gestión administrativa de los *stakeholders* y el carácter social que debe primar en toda organización que dé a la persona la importancia debida” (Olivero et al., 2020, p. 169), se reafirma la pertinencia de determinar la importancia que las asociaciones de productores conceden a los grupos de interés y de establecer si los procesos de transparencia favorecen su satisfacción y fortalecen su confianza. Asimismo, estas asociaciones deben fortalecer su capacidad para la toma de decisiones, a fin de que las acciones emprendidas se orienten al cumplimiento de las expectativas de los grupos de interés y a la maximización del rendimiento económico de sus personas productoras, lo que incrementa la confianza depositada en la organización.

Esta investigación busca identificar aspectos relacionados con la gestión de la transparencia y la rendición de cuentas en las asociaciones de productores, con el propósito de conocer el nivel de confianza de los grupos de interés y formular recomendaciones que contribuyan a fortalecerla. Además, la reputación organizacional resulta relevante: cuando una

asociación de productores implementa prácticas eficientes de transparencia financiera y mecanismos adecuados de rendición de cuentas, propicia que los grupos de interés mantengan una valoración positiva de la gestión realizada por las personas encargadas. Lo anterior tiene un impacto significativo en la captación de recursos, pues las organizaciones con buena reputación suelen tener mayor acceso a inversiones y acuerdos estratégicos que les brinden más recursos para ejecutar los proyectos establecidos (Palacín, 2018).

Las asociaciones de productores procuran mantener una buena reputación para conservar la confianza de sus grupos de interés (*stakeholders*), dado que ello repercute en la posibilidad de disponer del capital necesario para ejecutar sus actividades y financiar proyectos productivos. Como señala Ángulo (2016), “la efectiva gestión de capital de trabajo debe poner atención a las partidas que se relacionan de forma directa con el proceso productivo o de servucción, entre las básicas tenemos, en el activo circulante las inversiones en efectivo, cuentas por cobrar e inventario [...]” (p. 56). De ahí la importancia de llevar a cabo proyectos que fomenten el desarrollo agropecuario y agroindustrial en las zonas donde residen; por ende, tales iniciativas favorecen un crecimiento adecuado y el desarrollo de las comunidades en las que se ubican.

La ética constituye un elemento esencial para fortalecer la credibilidad de las personas productoras y de otros grupos de interés, que conforman una red de apoyo que trabaja de manera conjunta. En este sentido, Betancur (2016) afirma que la ética y la moral pueden entenderse como una medicina ante una sociedad enferma de egocentrismo, pues reducen los conflictos y mejoran la cohesión interna. La claridad, la honestidad y la responsabilidad en el manejo de los recursos financieros de las asociaciones son aspectos clave en la actualidad; por tal razón, este estudio resulta pertinente por su contribución a asegurar la continuidad y la expansión de las actividades productivas que benefician a las comunidades de Pérez Zeledón.

Desde el punto de vista académico, este estudio ofrece la oportunidad de profundizar en cómo la transparencia financiera y la rendición de cuentas influyen en la confianza en las asociaciones agroproductivas de Pérez Zeledón, aportando conocimiento práctico y teórico replicable en otras zonas rurales del país. Asimismo, los resultados pueden ofrecer recomendaciones útiles para mejorar las políticas internas de las asociaciones de productores, con el fin de garantizar prácticas financieras más eficaces y transparentes, así como para apoyar tanto el crecimiento institucional como el desarrollo nacional.

## **Antecedentes**

Al desarrollar una investigación es importante realizar la revisión de estudios referentes al tema que se trata. Por tanto, se presentan los antecedentes del trabajo con el propósito de contextualizar el presente estudio, sustentar la importancia del tema de investigación y brindar una visión de la metodología empleada en trabajos similares.

### **Antecedentes históricos**

Las asociaciones de productores constituyen un actor relevante en la economía del país, pues desarrollan actividades orientadas a la producción de diversos cultivos que generan ingresos para sus integrantes y mejoran su situación económica. Asimismo, la agricultura contribuye a la subsistencia individual de las personas campesinas. En la dinámica de estas actividades se promueve la solidaridad en favor del bien común, al articular esfuerzos, experiencias y conocimientos agrícolas junto con otras personas campesinas.

En este contexto surgen las asociaciones, que brindan diversos servicios a sus personas asociadas y colaboradoras (*stakeholders*), así como a la sociedad que demanda sus bienes y servicios. Según Zárate et al. (2020), los *stakeholders* son los individuos que pueden afectar o verse afectados en el proceso de alcanzar las metas de una organización. En este grupo se incluyen personas empleadas, clientes, proveedores y personas asociadas, quienes pueden favorecer o perjudicar a la organización. Entonces, los *stakeholders* comprenden a quienes resultan impactados, de manera directa o indirecta, por las decisiones organizacionales orientadas al logro de objetivos.

A finales del siglo XIX e inicios del XX surgieron en Estados Unidos los primeros grupos organizados que promovieron prácticas responsables orientadas al beneficio social, en respuesta a problemas de corrupción, explotación laboral e insalubridad. Décadas después, el enfoque se extendió a Europa y la Comisión Europea impulsó su aplicación en las organizaciones (Ayala del Pino, 2021). De este modo, se incorporaron la transparencia y la

rendición de cuentas por parte de las organizaciones y sus integrantes, a fin de que las personas interesadas pudieran acceder a informes y sostener su confianza. No obstante, la falta de claridad en la toma de decisiones y de mecanismos de rendición de cuentas generó crisis drásticas a escala mundial. Tras dichos sucesos, la transparencia informativa y la rendición de cuentas se integraron, aunque de forma parcial, como prácticas orientadas a evitar pérdidas y a prevenir decisiones fraudulentas.

En Costa Rica, las asociaciones de productores comenzaron a constituirse al amparo de la Ley de Asociaciones n.º 218, creada en 1939, que regula diversos aspectos de esta forma organizativa.

### **Antecedentes teóricos**

La transparencia financiera y la rendición de cuentas han adquirido creciente relevancia en el ámbito empresarial, pues mediante estas prácticas las personas responsables de las organizaciones e instituciones comunican los resultados de su gestión. Según Hermosa et al. (2017), con el transcurso del tiempo la transparencia ha favorecido una mayor apertura en las decisiones políticas, económicas y sociales; además, ha promovido una gestión más controlada de los mercados e impulsa la rendición de cuentas al mejorar la calidad de la información y al hacer que esta sea accesible, completa, veraz y oportuna. Con ello, se proporciona a los *stakeholders* la información necesaria para fortalecer su confianza en el desempeño de la organización.

En las asociaciones de productores, estos aspectos resultan cruciales, ya que la confianza de las personas productoras y demás *stakeholders* en quienes administran las asociaciones es primordial para la toma de decisiones. Asimismo, los *stakeholders* desempeñan un papel fundamental en las acciones que dichas organizaciones ejecutan. De acuerdo con lo anterior, Campaña (2019) define la transparencia financiera como: “la gestión de la información

financiera que en cumplimiento a normativas reflejen de manera confiable y completa de la situación financiera de una entidad” (pp. 74-75).

Por ende, en el caso de las asociaciones de productores es necesario que este aspecto ocurra de una forma correcta, es decir que, en estas se debe asegurar que los grupos de interés tengan un acceso adecuado a la información financiera de la asociación para conocer la situación real y, a su vez, lograr que estos aumenten su nivel de confianza en los encargados de la dirección.

Como se mencionó, la rendición de cuentas tiene una amplia relevancia en el contexto empresarial, por lo tanto, es importante indicar que, según Briceño et al. (2015), “la obligatoriedad de responder por las acciones y el comportamiento propio y en el caso del uso de recursos públicos, implica la responsabilidad de responder por las acciones y decisiones relacionadas con el uso de esos recursos” (p. 183). De acuerdo con lo anterior, en el contexto de las asociaciones de productores, la rendición de cuentas se centra en la responsabilidad que tienen las máximas autoridades de estas de facilitar el acceso a la información pertinente a los resultados obtenidos y, además, de asumir cualquier tipo de consecuencia generada por las acciones llevadas a cabo con los recursos de la asociación.

Con el surgimiento del concepto de responsabilidad social corporativa (RSC) en la década de 1980, aparecieron nuevos enfoques en ámbitos como el de los *stakeholders*. Este desarrollo guarda una estrecha relación con la transparencia y la rendición de cuentas (Rojas y Madero, 2018); por ello, desde entonces se han incorporado herramientas y métodos en beneficio de los *stakeholders* de las organizaciones. La RSC, según Iturrioz del Campo et al. (2019), se centra en la capacidad de la organización para desarrollar vínculos con sus *stakeholders* e integra dimensiones sociales, financieras y ambientales.

Dado que la transparencia financiera y la rendición de cuentas se relacionan estrechamente con los *stakeholders*, conviene recordar que, de acuerdo con Freeman (1984), citado en Contreras et al. (2020), estos son “cualquier grupo o individuo que pueda afectar o ser afectado por las acciones de las organizaciones en el cumplimiento de sus objetivos de negocio” (p. 66). En las asociaciones de productores, los *stakeholders* comprenden a todas las personas que, en mayor o menor medida, resultan afectadas por las decisiones y acciones de quienes las dirigen, siendo las personas asociadas uno de los grupos principales.

En consecuencia, el estudio de la transparencia financiera y de la rendición de cuentas vinculadas con los *stakeholders* ha cobrado relevancia, como lo evidencian múltiples investigaciones centradas en estos temas. Ello demuestra que se trata de un ámbito que merece atención prioritaria por su incidencia en el desarrollo óptimo de las organizaciones.

Como aporte desde distintos contextos, la Comisión Europea ha señalado que la responsabilidad social empresarial impacta en los *stakeholders*, y que las empresas deben integrar consideraciones sociales, éticas y de derechos humanos en la toma de decisiones, con el fin de fortalecer la confianza de los diversos grupos de interés (Ayala del Pino, 2021).

### **Antecedentes metodológicos**

***Tesis titulada: Modelo de rendición de cuentas y fortalecimiento de la participación ciudadana de usuarios de la Municipalidad Distrital Ciudad Eten – Chiclayo.***

Este estudio se definió como una investigación explicativa con diseño propositivo, ya que en él se elaboró un modelo de rendición de cuentas para favorecer la participación ciudadana en dicha municipalidad. Para la recolección de datos se emplearon técnicas como la encuesta y el uso de fichas físicas y digitales. En el análisis se construyó una matriz de base de datos y se elaboraron tablas de frecuencias y figuras estadísticas (Sirlopú, 2018).

***Trabajo de titulación: Transparencia e importancia de la información financiera para el proceso de la toma de decisiones en las compañías del sector de la construcción de la provincia de Loja durante los años 2018 a 2020; manual de políticas contables.***

Esta investigación se caracterizó por su alcance explicativo y realizó aportes en el área contable. En el análisis se consultaron documentos en los que se recopiló, sintetizó e interpretó información relacionada con normas fiscales, legales y contables vigentes en su momento. Se emplearon métodos científico, estadístico y matemático (Costa, 2022).

***Trabajo de titulación: La rendición de cuentas como mecanismo de transparencia en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Loja, periodo 2019–2021.***

Esta investigación adoptó un enfoque mixto con diseño no experimental. Se utilizaron los métodos analítico y sintético, lo que permitió puntualizar la relevancia del proceso de rendición de cuentas. Para el análisis de datos se recurrió a tablas y figuras (Peralta, 2022).

Por tanto, aunque existen diversas investigaciones centradas en la transparencia y la rendición de cuentas, estas se han abordado mediante enfoques y diseños metodológicos distintos. Ello demuestra que el tema ha sido estudiado desde varias perspectivas, mantiene vigencia en la actualidad y ofrece la oportunidad de examinarlo desde diferentes ópticas.

### **Problemática y su importancia**

La presente investigación aborda un problema central vinculado con el nivel de confianza de los *stakeholders* en las asociaciones de productores de Pérez Zeledón, con énfasis en la transparencia financiera y la rendición de cuentas. Estos aspectos pueden incidir en la confianza que los *stakeholders* depositan en el accionar organizacional: si tales elementos son deficientes, la credibilidad disminuye y, por ende, la confianza se reduce (Herrera y Mahecha, 2018). En otras palabras, las carencias de transparencia y rendición de cuentas pueden influir directamente en el nivel de confianza de los *stakeholders*.

Diversos factores pueden suscitar esta problemática, entre ellos prácticas insuficientes de transparencia financiera y percepciones negativas de los *stakeholders* respecto del acceso y la calidad de la información suministrada. Cuando las asociaciones no ejercen una transparencia adecuada, los *stakeholders* pueden concluir que la información proporcionada no refleja lo efectivamente realizado; ello no solo proyecta una imagen negativa sobre la gestión, sino que también afecta de manera desfavorable la confianza en la organización.

La confianza de los *stakeholders* en el desempeño organizacional se relaciona con la transmisión eficiente de los datos sobre el manejo de los recursos (Villavicencio, 2022). En consecuencia, toda asociación de productores agropecuarios debe evaluar si los mecanismos de rendición de cuentas utilizados permiten que las personas asociadas conozcan las acciones o proyectos financiados con recursos de la asociación, dado que esto incide directamente en la confianza sobre la gestión realizada.

Asimismo, si quienes dirigen las asociaciones no comunican de manera eficiente los resultados obtenidos, puede disminuir el nivel de confianza al percibirse que la transparencia financiera no es la adecuada. Por lo tanto, las organizaciones no solo deben implementar mecanismos idóneos de rendición de cuentas, sino también procurar que la cantidad y la claridad de la información sean pertinentes para que los *stakeholders* conozcan los logros alcanzados; de lo contrario, el grado de confianza puede verse afectado.

Otras causas que pueden incrementar la desconfianza son el desconocimiento sobre el uso de los recursos y la inexistencia de procesos adecuados de rendición de cuentas que impidan a los *stakeholders* formarse una concepción clara de los destinos de los fondos de la asociación. Como sostiene Sánchez-Crespo (2019), la rendición de cuentas constituye un elemento fundamental para generar confianza en los *stakeholders*; por lo tanto, si las personas interesadas en la gestión no conocen cuál ha sido el manejo de los recursos, la desconfianza hacia la organización puede incrementar.

La comunicación deficiente de los resultados financieros es otro factor determinante en la disminución de la confianza de los *stakeholders*. Si la información suministrada no permite identificar qué aspectos se alcanzaron mediante la gestión de la asociación, los distintos grupos de interés pueden la confianza depositada en la organización.

Como indica Monserrat (2017), la confianza que los *stakeholders* depositan en el accionar de la organización está relacionada con el cumplimiento de los siguientes aspectos: a) las herramientas que la institución ofrece para mantener informados a los grupos de interés; b) el logro o no de los resultados esperados por los *stakeholders*; y c) las consecuencias que estos deben enfrentar al depositar su confianza en quienes dirigen la organización.

Las asociaciones de productores que carecen de mecanismos idóneos de rendición de cuentas pueden enfrentar dificultades para informar de manera eficaz a sus *stakeholders* sobre los resultados obtenidos. Ello repercute negativamente en la confianza de las partes interesadas no solo respecto a si el manejo de los recursos se orienta al cumplimiento de sus expectativas, sino también porque genera dudas sobre la gestión realizada, incluso la posibilidad de corrupción u otras acciones ilícitas.

La percepción de una gestión financiera carente de ética y responsabilidad es otro factor que alimenta la desconfianza de los *stakeholders*. Si los grupos de interés consideran que la organización no utiliza los recursos para los fines establecidos o, incluso, que los destina a acciones no autorizadas, su confianza en la administración disminuye. En esta línea, Barrera (2016) señala que, con el paso del tiempo, la transparencia organizacional ha adquirido mayor importancia para los *stakeholders*, no solo porque genera una percepción positiva de la entidad, sino también porque fortalece su relación con los grupos de interés.

Si las asociaciones de productores no brindan a sus *stakeholders* información adecuada sobre la gestión realizada, es posible que perciban a la entidad como una organización carente

de ética y de responsabilidad, lo cual incide desfavorablemente en la confianza depositada en quienes la dirigen. Tal percepción suele asociarse con una transparencia financiera deficiente y con mecanismos de rendición de cuentas no idóneos para ofrecer a los *stakeholders* la seguridad de que los recursos se emplean adecuadamente.

Como se ha señalado, el problema central de la investigación enfatiza que el bajo nivel de confianza de los *stakeholders* en las asociaciones de productores puede estar relacionado con deficiencias en la transparencia financiera y en la rendición de cuentas. En ese sentido, se identifican posibles efectos derivados de esta problemática que pueden perjudicar el desarrollo de las asociaciones de productores en Pérez Zeledón, tales como: reducción de la confianza y de la participación de los *stakeholders*; desempeño organizacional ineficiente; mayor riesgo de corrupción; dificultad para la toma de decisiones; pérdida de legitimidad; y disminución de la eficiencia en la asignación de recursos.

Tomando como referencia los efectos de mayor relevancia, la reducción de la confianza y de la participación de los *stakeholders*, actores esenciales para la organización, una disminución en estos aspectos puede traducirse en contracción de aportes financieros y en dificultades para obtener nuevos fondos destinados a la ejecución de proyectos. Un desempeño ineficiente por parte de las asociaciones de productores puede acarrear la incapacidad de alcanzar objetivos financieros y de desarrollo, menor efectividad en la gestión de recursos y riesgo de inestabilidad financiera.

Un desempeño óptimo es la base del manejo adecuado de las asociaciones. En palabras de Ríos et al. (2022): “la buena gestión puede medirse en función de los resultados obtenidos” (p. 278). Por lo tanto, ante una gestión ineficiente, los resultados se reflejan en bajas ventas y en rentabilidad escasa o nula. El riesgo de corrupción, por su parte, tiende a incrementarse cuando falta transparencia, lo que puede facilitar actos indebidos por parte de las personas administradoras. Para quienes participan en las asociaciones, resulta esencial

conocer los procesos y las decisiones relevantes que, según Alderete (2020), inciden en la transparencia mediante la apertura de la información financiera; el acceso oportuno a la información puede disminuir el riesgo de corrupción presente en la organización.

Por todo lo anterior, el problema de investigación se concreta en la siguiente interrogante: ¿Cuál es el efecto de las prácticas de transparencia financiera y de rendición de cuentas en la confianza de los *stakeholders* de las asociaciones de productores agropecuarios durante el periodo 2020-2024?

### **Objetivos, preguntas generadoras y otros**

En este apartado se presentan los objetivos de la investigación y las preguntas generadoras, así como las variables del estudio, los alcances y las limitaciones, con el propósito de ofrecer una visión clara de lo que se realizará en este estudio.

#### **Objetivo general**

Evaluar el efecto de las prácticas de transparencia financiera y rendición de cuentas para la identificación del grado de confianza de los *stakeholders* de las asociaciones de productores agropecuarios durante el periodo 2020-2024.

#### **Objetivos específicos**

Identificar las prácticas de transparencia financiera y rendición de cuentas implementadas por las asociaciones de productores agropecuarios.

Determinar las expectativas y percepciones de los diferentes grupos de *stakeholders* sobre la transparencia financiera y la rendición de cuentas en las asociaciones de productores agropecuarios.

Analizar el efecto que han tenido las prácticas de transparencia y rendición de cuentas en la confianza de los *stakeholders* del sector de asociaciones de productores agropecuarios.

Comparar las diferencias en las prácticas de transparencia y rendición de cuentas utilizadas por las asociaciones de productores agropecuarios en relación con la claridad, frecuencia y accesibilidad a la información financiera para los *stakeholders*.

### **Preguntas generadoras**

Las interrogantes de la investigación tienen la finalidad de orientar la recolección de datos, apoyar el análisis de las variables establecidas y contribuir al cumplimiento de los objetivos. A continuación, se presentan las preguntas que orientan este estudio.

¿Cuáles son las prácticas de transparencia financiera y rendición de cuentas implementadas por las asociaciones de productores en Pérez Zeledón?

¿Cuáles son las expectativas y percepciones de los diferentes grupos de *stakeholders* sobre la transparencia financiera y la rendición de cuentas en las asociaciones de productores?

¿Cuál es el efecto que han tenido las prácticas de transparencia y rendición de cuentas en la confianza de los *stakeholders* del sector de asociaciones de productores?

¿Cuáles diferencias se encuentran en las prácticas de transparencia y rendición de cuentas utilizadas por las asociaciones de productores en relación con la claridad, frecuencia y accesibilidad a la información financiera para los *stakeholders*?

## Variables de estudio

En la Tabla 1 se presentan los objetivos específicos con sus respectivas variables y su definición conceptual. Se trata de información preliminar orientativa que será ampliada en el capítulo metodológico, en particular la conceptualización, la operacionalización y la instrumentalización de las variables y sus indicadores.

**Tabla 1**

*Cuadro de variables*

Objetivos	Variables	Definición conceptual
Identificar las prácticas de transparencia financiera y rendición de cuentas implementadas por las asociaciones de productores agropecuarios.	Transparencia financiera	“Implica divulgar abiertamente la información financiera relevante, como estados financieros auditados, presupuestos y gastos, lo que permite una mayor rendición de cuentas y una comprensión clara de cómo se gestionan los recursos” (Vargas y Díaz, 2024, párr. 40).
	Rendición de cuentas	“La rendición de cuentas es aquella que implica una obligación de informar lo más detalladamente posible y asumir responsabilidad por una acción o un conjunto de acciones” (Chávez, 2022, p.190).
Determinar las expectativas y percepciones de los diferentes grupos de <i>stakeholders</i> sobre la transparencia financiera y la rendición de cuentas en las asociaciones de productores agropecuarios.	Expectativas	Las expectativas son “algo que una persona considera que puede ocurrir, es una suposición que está enfocada en el futuro, que puede ser acertada o no. Psicológicamente este sentimiento suele estar vinculado con una probabilidad lógica de que algo suceda” (Lazkano de Anta, 2023, p.56).
	Percepción	“Captar, procesar y dar sentido de forma activa a la información que alcanza nuestros sentidos” (Salcedo et al., 2022, p.391).

Tabla 1 (continuación)

Objetivos	Variables	Definición conceptual
<p>Analizar el efecto que han tenido las prácticas de transparencia y rendición de cuentas en la confianza de los <i>stakeholders</i> del sector de asociaciones de productores agropecuarios.</p>	Efecto	<p>“Un efecto es un estado físico y/o de comportamiento de un sistema que resulta de una acción, de un conjunto de acciones o de otro efecto” (Rodríguez y Uribe, 2020, p.50).</p>
	Prácticas	<p>“Las prácticas “son las actividades que se realizan de forma cotidiana en la organización para logro de sus metas” (Montaño et al., 2022, párr. 11).</p>
	Confianza	<p>Es “la capacidad de anticipar una acción o evento a partir de cierta información. Ella indica hasta qué punto las personas se fían al hecho de que, bajo ciertas circunstancias predecibles, las respuestas que obtendrán de los otros serán también predecibles” (Peña, 2023, p.44).</p>
<p>Comparar las diferencias en las prácticas de transparencia y rendición de cuentas utilizadas por las asociaciones de productores agropecuarios en relación con la claridad, frecuencia y accesibilidad a la información financiera para los <i>stakeholders</i>.</p>	Claridad de la información	<p>Según Trujillo (2023) la claridad de la información se da cuando “se presenta de manera comprensible y fácil de entender para el público al que va dirigida. Esto implica evitar jerga innecesaria, estructurar la información de manera lógica y utilizar un lenguaje que sea accesible para el receptor” (p.61).</p>
	Frecuencia de divulgación	<p>“Se refiere a la frecuencia con la que se realizan los procesos de publicación y difusión de los principales resultados” (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC], 2022, p.18).</p>
	Accesibilidad de la información	<p>“La accesibilidad de la información es aquel mecanismo que se va a caracterizar por ser de fácil acceso para el sujeto, resaltando la información de manera llamativa para él” (Martínez, 2020, p.19).</p>

## **Alcances y limitaciones**

Los alcances y las limitaciones son fundamentales porque delimitan qué se estudia en la investigación y cuáles factores restringen los resultados. A continuación, se presentan los alcances y las limitaciones con el fin de precisar los aspectos que se abordan en el estudio y los elementos que representan dificultades en su realización.

### **Alcances**

Este trabajo se orienta a identificar el grado de confianza que manifiestan los *stakeholders* en la transparencia financiera y la rendición de cuentas de las asociaciones de productores del cantón de Pérez Zeledón, y a formular recomendaciones para que estas organizaciones mejoren sus prácticas, con el propósito de favorecer la percepción de sus *stakeholders* sobre la gestión y el desempeño.

La información obtenida proporciona un insumo actualizado para futuras investigaciones relacionadas con estos temas. Aporta datos recientes sobre la confianza de los *stakeholders* en las asociaciones de productores en relación con la transparencia financiera y la rendición de cuentas ejercidas por quienes administran este tipo de organizaciones, así como sobre la importancia que estas otorgan a las expectativas de las partes interesadas.

La investigación ofrece información acerca del conocimiento que los *stakeholders* poseen sobre la gestión financiera y los resultados obtenidos por la organización. Este insumo es relevante para que las jefaturas y equipos directivos de las asociaciones identifiquen oportunidades de mejora y de incremento del desempeño. Además, aporta evidencia para que las personas encargadas conozcan la percepción social sobre la gestión realizada y, con ello, implementen mejoras en las prácticas de transparencia financiera y en los mecanismos de rendición de cuentas utilizados por la asociación.

## **Limitaciones**

La ubicación geográfica de las asociaciones de productores es heterogénea y la mayoría opera en zonas rurales. En consecuencia, las condiciones de acceso, las limitaciones de comunicación y los primeros acercamientos dificultaron la recopilación de información necesaria para presentar los resultados del estudio.

La desconfianza al compartir información también obstaculizó la obtención de datos: algunas personas productoras y directivas mostraron reserva respecto de la información brindada, lo que impidió conocer con precisión la realidad de las asociaciones en materia de transparencia financiera y rendición de cuentas.

Asimismo, la negativa de personas asociadas de diversas asociaciones a responder las interrogantes planteadas limitó los resultados de la investigación. Parte de la población no mostró disposición para participar en la aplicación del cuestionario por desconocimiento, desconfianza u otros motivos, lo que generó dificultades para aplicar el instrumento de recolección de datos y para cumplir la metodología establecida.

Por último, el tiempo requerido para aplicar los instrumentos representó una dificultad adicional. La comunicación con las asociaciones ubicadas en Pérez Zeledón y con sus personas asociadas fue desafiante: fue necesario gestionar, a través de instituciones, la obtención de los datos de contacto de las jefaturas o personas directivas de cada asociación y, posteriormente, contactar a las personas productoras para solicitar su colaboración, proceso que supuso un importante reto logístico.

## **Capítulo II: Marco teórico**

## Contexto referencial

En este capítulo se presenta el marco referencial, que detalla aspectos de la región donde se desarrollará la investigación. Además, se aborda el contexto de las asociaciones de productores y el marco legal aplicable a este tipo de organizaciones en Costa Rica.

### Generalidades del cantón de Pérez Zeledón

Pérez Zeledón pertenece a la provincia de San José, donde se ubica la capital de Costa Rica. Según Camacho (2023), este cantón, el número diecinueve de la provincia, recibe su nombre en homenaje a Pedro Pérez Zeledón, figura que dejó una huella significativa en la historia nacional. El cantón está conformado por doce distritos, y el más reciente fue creado en 2016. Pérez Zeledón fue establecido oficialmente como cantón mediante la Ley n.º 31, promulgada el 9 de octubre de 1931; su origen se remonta al cantón de Dota, del cual fue separado. Comenzó a poblarse a finales de la década de 1890 y, a partir de 1900, se desarrollaron poblados significativos como Palmares, El General y Rivas. Según Picado (2022), durante el siglo XIX Pérez Zeledón estuvo habitado mayoritariamente por diferentes pueblos indígenas, cuya presencia disminuyó en procesos de reducción y conflicto; hacia finales de ese siglo, la población indígena se ubicó sobre todo en el sur del país.

La extensión del cantón es de aproximadamente 1 905,51 km<sup>2</sup>, lo que representa más del 38 % de la provincia de San José. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, s. f.), en la *Estimación de Población y Vivienda 2022*, Pérez Zeledón registró alrededor de 156 917 habitantes: 80 643 hombres y 76 274 mujeres. Los distritos de San Isidro de El General y Daniel Flores concentran la mayor cantidad de habitantes del cantón. Asimismo, se trata de una población creciente: la tasa de crecimiento corresponde a 1,4 %, por lo que se estima un aumento sostenido del número de habitantes.

Pérez Zeledón es una región mayoritariamente rural. Según Picado (2022), se encuentra delimitada al norte y al este por la cordillera de Talamanca, al sur por la fila borinqueña y forma

parte de la cuenca hidrográfica del río Grande Térraba. Sus actividades económicas se orientan en gran medida a la agricultura: caña de azúcar, banano, café, mora, entre otros cultivos, además de la ganadería y actividades comerciales, industriales y turísticas. Presenta un clima variado que favorece una amplia producción agrícola. De acuerdo con el INDER (2016), citado en Elizondo (2023), en esta zona del país predominan las actividades agropecuarias, especialmente la producción de café, caña de azúcar y diversos granos, así como la producción ganadera y porcina.

Entre sus atracciones turísticas más destacadas, tanto a escala nacional como internacional, se encuentran el Parque Nacional Chirripó y su cumbre, el cerro Chirripó, desde cuyo trayecto es posible apreciar una gran diversidad de flora y fauna, así como amplios paisajes (Municipalidad de Pérez Zeledón, s. f.). No obstante, esta característica se extiende a la mayor parte del cantón, que dispone de numerosas atracciones turísticas para visitantes y habitantes locales.

El cantón se ha diversificado con el crecimiento del sector comercial. Según Cisneros (2023), en Pérez Zeledón están presentes actividades industriales; existen cooperativas que operan en sectores como el procesamiento de café, de caña y maquilas. Se ha ampliado la oferta de fuentes de trabajo, lo que provee ingresos diversos a la población. El distrito de San Isidro de El General destaca como el principal centro de compras y ventas de productos, vestimenta y alimentos. Por lo que en Pérez Zeledón existe una amplia variedad de actividades en las que los habitantes “generaleños” pueden desenvolverse para obtener ingresos.

Pérez Zeledón es un territorio predominantemente rural; por ello, buena parte de su actividad económica proviene del sector agrícola y pecuario. Se cultiva una amplia variedad de productos: tubérculos, granos, frutas y hortalizas. En este contexto, resulta relevante comprender la dinámica de trabajo de las asociaciones de productores y su relación con el tema de estudio.

## **Contextualización de las asociaciones de productores**

El movimiento asociativo tiene su punto de partida en Francia a mediados del siglo XIX. Según el Comité Económico y Social Europeo (2012), citado en Proaño et al. (2018), uno de los hitos que dieron origen a este fenómeno social fue la creación de asociaciones obreras de productores. Su surgimiento respondió a la búsqueda de soluciones ante problemáticas económicas, a propósito, Palacín (2018) señala que la economía social vinculada con este movimiento fue, en sus inicios en Europa, una economía alternativa, orientada a resolver las dificultades económicas de los obreros mediante otras formas de organización del negocio.

En el ámbito agropecuario, a partir del trabajo de cada productor surge la organización para el beneficio común. Moreno et al. (2021) sostienen que uno de los factores que impulsa a los productores a asociarse es el interés por acceder a mercados y procesos productivos de mayor calidad, con precios de venta más atractivos y acceso a insumos a menores costos, entre otros. En la misma línea, Acevedo (2017) indica que, ante la dificultad de las personas campesinas para competir y mantenerse en el mercado de forma individual, la asociación con otros productores fortalece su capacidad de negociación.

Por otra parte, la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario (2014), citada en Proaño et al. (2018), señala que el propósito de crear asociaciones entre personas que realizan actividades similares o complementarias es potenciar, de manera conjunta, ámbitos como la producción, la comercialización, el abastecimiento y los insumos, entre otros necesarios para mejorar las condiciones de quienes se unen en la asociación.

En el plano internacional, las asociaciones de productores surgen para atender necesidades económico-sociales mediante la articulación de personas dispuestas a trabajar con una misión y capacidades alineadas. En el caso de Chile, hacia 1921 se prestó mayor atención a la mejora de las condiciones de las personas campesinas, afectadas por la Primera Guerra

Mundial y por una gestión administrativa inadecuada de los recursos destinados a personas asociadas (Aguilera, 2018). Casos como este ilustran el origen, los fines y los retos que han enfrentado tanto las asociaciones de productores como sus *stakeholders*.

En Costa Rica, la creación de la Unión de Pequeños Productores Agropecuarios Costarricenses (UPANACIONAL) constituye un precedente para las organizaciones de productores. La UPANACIONAL es una organización de agricultores fundada el 31 de mayo de 1981, ante la necesidad de contar con una instancia de representación adecuada. Entre sus objetivos se encontraban: a) asegurar condiciones apropiadas para la producción, b) mejorar los precios de sus productos, c) obtener insumos a menores costos y d) mejorar las condiciones de comercialización (Unión de Pequeños Productores Agropecuarios Costarricenses [UPANACIONAL], s. f.). En síntesis, tanto la UPANACIONAL como diversas asociaciones de productores buscan mejorar las condiciones de las personas agricultoras y su calidad de vida.

### **Marco jurídico de las asociaciones de productores agropecuarios**

Las asociaciones de productores se encuentran reguladas por la Ley Orgánica del Consejo Nacional de Producción. Esta norma aborda diversos temas de interés y tiene por finalidad transformar las actividades productivas del sector agropecuario, brindar apoyo a las personas productoras para su inserción en el mercado, así como la capacitación para la modernización de sus actividades, fomentando la producción, la industrialización y el mercadeo de productos agrícolas, entre otras acciones (Asamblea Legislativa, 2023). En síntesis, establece lineamientos de apoyo y fija parámetros de obligatorio cumplimiento para el sector. Sus artículos disponen aspectos institucionales y financieros, así como la conformación de los órganos de dirección.

### ***Consejo Nacional de Producción***

De acuerdo con la Ley Orgánica del Consejo Nacional de Producción, uno de los órganos con relación directa con las asociaciones de productores es el Consejo Nacional de

Producción (CNP). Esta institución fue creada mediante la Ley n.º 2035. Su finalidad es impulsar cambios en las actividades productivas del sector agropecuario y promover su actualización constante para favorecer el desarrollo y la competitividad en la economía del país (Rojas et al., 2015). En decir, el CNP busca la mejora continua y la modernización de la producción, aspectos estrechamente vinculados con la operación y la organización de las asociaciones de productores, a las cuales ofrece lineamientos para una gestión más eficiente.

### ***Ley de Asociaciones n.º 218***

Regula la constitución, el funcionamiento y la fiscalización de las asociaciones sin fines de lucro, por ejemplo, asociaciones culturales, deportivas, profesionales o de vecinos, existentes en el país. La norma permite la creación de asociaciones nacionales y la incorporación de asociaciones extranjeras. Establece los requisitos para su conformación: al menos 10 personas mayores de edad y la redacción de un documento formal que exprese los fines de la asociación; este y los demás documentos deben presentarse al Registro de Asociaciones del Registro Nacional para su inscripción.

La ley dispone la existencia de una Asamblea General como máxima autoridad y de una Junta Directiva encargada de la administración. Asimismo, establece que las personas asociadas deben inscribirse en un libro especial (“Miembros de la asociación tal”) y que las asociaciones deben contar con un libro de actas de la Asamblea General y de la Junta Directiva, a cargo de la Secretaría, así como con un libro de contabilidad dirigido por la Tesorería. La norma también fija los mecanismos de supervisión y control de las actividades asociativas (Congreso de la República de Costa Rica, 2025). En términos generales, esta ley proporciona el marco jurídico para la creación y operación de las asociaciones, procurando que funcionen con transparencia y cumplan sus objetivos en beneficio de sus miembros.

## **Organizaciones relacionadas**

En el contexto de las asociaciones de productores y, por ende, de esta investigación, destacan dos instituciones con influencia directa: el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) y el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC). Por ello, resulta pertinente abordar información relevante sobre ambas entidades.

### ***Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG)***

Tiene su antecedente en 1911 con la creación del Departamento de Agricultura. No obstante, fue hasta 1949, con la nueva Constitución, cuando se creó el Ministerio de Agricultura e Industria; y en 1960, mediante la Ley de Presupuesto n.º 2656, la institución adoptó oficialmente el nombre de Ministerio de Agricultura y Ganadería, trasladándose las funciones industriales al Ministerio de Economía (Ministerio de Agricultura y Ganadería [MAG], 2015).

El MAG es una institución pública encargada, entre otras funciones, de garantizar la seguridad alimentaria de la población costarricense, incrementar las exportaciones, promover la diversificación de la agricultura nacional, velar por la fertilidad de los suelos mediante prácticas de agricultura sostenible, articular acciones con las personas productoras y crear organizaciones dirigidas al sector agropecuario (MAG, 2015). Por lo tanto, el MAG ejerce una influencia significativa en las actividades de los productores y, en consecuencia, en el accionar de las asociaciones de productores.

Cabe indicar que, según el Poder Ejecutivo (2018), el Reglamento Orgánico del Ministerio de Agricultura y Ganadería define, entre otros aspectos, la estructura orgánica del ministerio, las competencias de sus dependencias, la jerarquía y líneas de autoridad, y los mecanismos de coordinación interinstitucional:

- El MAG tiene el objetivo de aumentar la competitividad de las familias de productores por medio de aspectos como: incremento en la productividad, diversificación de las

producciones, aumento del acceso de estos a los mercados, así como a los recursos necesarios para favorecer al mejoramiento de la calidad de vida.

- Este ministerio debe velar que su gestión técnica y operativa brinde una administración eficiente tanto de los productos como de los servicios ofrecidos a los productores, así como a sus respectivas organizaciones.
- El MAG debe procurar la adopción de tecnologías agropecuarias que sean dirigidas a satisfacer las necesidades de los productores.
- Una de las funciones del MAG es velar por la realización de cambios en los productos agropecuarios, así como en las asociaciones de productores con el objetivo de favorecer su administración en los ámbitos económico, social y ambiental.
- El MAG debe desarrollar programas agropecuarios con el fin de mejorar los servicios a los que acceden los productores.
- Otra de las funciones de esta organización es apoyar el desarrollo agropecuario costarricense mediante la realización tanto de políticas, como de otros elementos que se enfoquen en mejorar la forma en que se procesan y comercializan los productos agropecuarios.

### ***Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC)***

La creación del MEIC se dio en junio del año 1977, mediante la Ley n.º 6054, la cual indica que esta organización tiene la competencia de influir en la elaboración de la política económica del gobierno, así como en la planificación de los aspectos que forman parte de sus funciones. Cabe recalcar que el MEIC ejerce la función de ente rector de las políticas públicas del Estado que tienen relación con el desarrollo empresarial y la promoción de elementos empresariales para diversos sectores (Ministerio de Economía, Industria y Comercio [MEIC], s.f.).

De acuerdo con esto, es fundamental mencionar que el MEIC ejerce cierto nivel de influencia en las diversas actividades que realizan los productores, así como en la gestión ejercida por las asociaciones de productores, por lo tanto, resulta importante indicar que de acuerdo con la Asamblea Legislativa (2024) la Ley Orgánica del Ministerio de Economía, Industria y Comercio n.º 6054, diversos aspectos que se relacionan con las organizaciones de productores como los siguientes:

- El MEIC tiene la función de promover el comercio costarricense mediante el sistema de comercialización con el propósito de fomentar el consumo de los productos elaborados en Costa Rica.
- El MEIC se encarga de establecer y gestionar la política de precios, así como de aprovisionar el mercado nacional.
- Este ministerio tiene la función de gestionar la legislación comercial.

Asimismo, el MEIC se encarga de desarrollar investigaciones especializadas y estudios de mercado sobre productos como frijol, maíz, arroz, entre otros, con el fin de transmitir los resultados obtenidos y, por otra parte, se enfoca en desarrollar o modificar diversas normativas relacionadas con el sector productivo (Orozco y Guillén, 2020). Por lo tanto, esta acción desarrollada por el MEIC se relaciona con los productores, así como con las asociaciones, debido a que les permite obtener conocimientos sobre la situación real a nivel nacional de los diversos productos que comercializan.

Además, el MEIC incide en las actividades de los productores puesto que, según la Ley Orgánica del Consejo Nacional de Producción: a) el MEIC, en conjunto con el CNP, desarrolla cada seis meses un estudio sobre la calidad tanto del frijol como del maíz blanco que es ofrecido a los consumidores, esto con el propósito de verificar si cumplen con la reglamentación técnica nacional aplicable y b) el MEIC en conjunto con el CNP trabaja para brindar datos

actuales sobre la situación de los mercados nacionales tanto de frijol como de maíz blanco, por medio de un estudio que realizan cada seis meses en el cual se establecerá el porcentaje de participación que posee cada uno de los agentes económicos en dichos mercados (Asamblea Legislativa, 2023).

Lo anterior tiene una fuerte relación con las asociaciones de productores y sus asociados debido a que, los resultados de los diversos estudios realizados tanto por el Ministerio de Economía, Industria y Comercio como por el Consejo Nacional de Producción inciden directamente en el acontecer de las actividades desarrolladas por los productores, afectándolos de manera positiva o negativa, lo cual también genera un impacto en el desempeño de las organizaciones de productores a las que se encuentran asociados.

## Contexto teórico

En el siguiente apartado se desarrollan conceptos relacionados con el tema de investigación, con el objetivo de facilitar la comprensión de los aspectos tratados. Entre los elementos a detallar se incluyen la teoría de los *stakeholders*, la transparencia financiera, la rendición de cuentas y algunos casos de referencia, entre otros temas relevantes.

### Teoría de stakeholders

Como se ha indicado, los *stakeholders* de las asociaciones de productores constituyen un elemento fundamental en la gestión de actividades y proyectos dentro de la organización. Inciden de manera significativa en el uso de recursos, la toma de decisiones y las inversiones, entre otros aspectos; por ende, resulta pertinente profundizar en algunos elementos de la teoría de *stakeholders*.

La teoría de *stakeholders* fue propuesta por R. Edward Freeman. De acuerdo con Freeman (1984), citado en Buraschi (2019), los *stakeholders* son todas aquellas personas o agrupaciones que pueden influir en lo que una organización desea lograr y que, a su vez, pueden verse influenciadas por los propósitos que esta persigue. En el caso de las asociaciones de productores, los *stakeholders* incluyen a los equipos de gestión, las personas colaboradoras, las personas asociadas, la clientela, entre otros. Esta teoría facilita el reconocimiento e identificación de los *stakeholders* y, también, amplía la comprensión de su significado y de su relación con quienes inciden en los resultados de las organizaciones. En consecuencia, promueve que las asociaciones asuman mayor conciencia sobre la importancia de estos grupos para su gestión.

Según Frooman (1999), citado en Rojas y Madero (2018), la teoría de *stakeholders* tiene entre sus objetivos principales ofrecer a las personas directivas de las organizaciones herramientas para comprender adecuadamente a quienes conforman sus grupos de interés y, con ello, propiciar relaciones de confianza. Dado que los distintos *stakeholders* pueden

mantener expectativas divergentes respecto del accionar organizacional, la teoría se enfoca en la gestión adecuada de los conflictos derivados de esa diversidad de intereses; en síntesis, busca conocer a los grupos de interés para determinar sus necesidades y definir medidas razonables para atenderlas.

Esta teoría aporta de forma significativa a la gestión organizacional, en este caso, de las asociaciones de productores, al señalar que el accionar institucional no debe orientarse sólo al logro de los intereses de las jefaturas o equipos directivos. Toda decisión debe considerar si sus resultados afectan positiva o negativamente a cada grupo de interés y si permiten alcanzar los resultados que estos esperan.

Asimismo, la teoría de *stakeholders* subraya la necesidad de que las organizaciones analicen a sus diversos grupos de interés y dirijan sus expectativas hacia el cumplimiento de los objetivos institucionales. En consecuencia, una organización puede crecer y desarrollarse en función de la atención que brinda a sus *stakeholders* y de la percepción que estos tienen sobre su desempeño, factores estrechamente vinculados con el logro de las metas establecidas (González et al., 2021).

### **Conceptualización de stakeholder**

Como se indicó, el término stakeholder fue planteado por primera vez por R. Edward Freeman; no obstante, con el paso del tiempo diversas autorías han propuesto definiciones que se adaptan al contexto y a las características específicas de cada organización, lo que ha permitido comprender el concepto desde múltiples perspectivas.

En esta línea, diversos estudios coinciden en que los *stakeholders* abarcan a todas las personas que forman parte del entorno interno y externo de una organización, quienes mantienen expectativas sobre sus resultados y se ven afectadas por su accionar (Andino, 2016; Lechuga et al., 2017; Aguas et al., 2019). En consecuencia, aunque los grupos de interés varían

entre organizaciones, siempre están conformados por personas impactadas, en mayor o menor medida, por la gestión directiva.

Resulta crucial que la organización establezca relaciones adecuadas con sus *stakeholders*, pues ello permite identificar factores que contribuyen a la gestión. Sin embargo, no basta con reconocer las particularidades de cada grupo: es preciso promover su integración y participación. En términos prácticos, la empresa debe considerar las opiniones de sus *stakeholders* en el proceso de toma de decisiones (Alzate y Orozco, 2018).

Dado que la relación con los *stakeholders* es fundamental para lograr una gestión óptima y estos pueden presentar intereses y niveles de influencia distintos, conviene exponer algunas clasificaciones propuestas en la literatura. Una de las más difundidas distingue entre *stakeholders* primarios y secundarios: los primeros tienen propósitos y expectativas directamente vinculados con el desempeño de la organización; los segundos mantienen una relación indirecta y, por ello, su influencia no es inmediata en la gestión (Svendsen, 1998, citado en Guirado, 2022).

Además, los *stakeholders* pueden presentar diversos intereses, por lo que Mitchell, Agel y Wood (1997), citados en Barrio y Enrique (2018), indican que existen tres elementos que permiten clasificar los *stakeholders*: poder, legitimidad y urgencia. En este caso, el poder se refiere al nivel de influencia que posee un *stakeholder* para hacer que otro individuo tome una determinada decisión, asimismo, la legitimidad corresponde a la capacidad que tiene un *stakeholder* de influir de manera moral o legal sobre la manera en que actúa la organización y, en el caso de la urgencia, esta muestra el nivel de importancia que representa para los *stakeholders* cada uno de los requerimientos que son dirigidos a la empresa. Lo anterior ayuda a clasificar los *stakeholders* de acuerdo con la cantidad de elementos que estos poseen, es decir que, si presentan sólo un elemento son denominados latentes, si poseen dos de estos

aspectos son llamados expectantes y si cuentan con tres de estos criterios son considerados definitivos.

Por otra parte, una de las clasificaciones se realiza tanto por el grado de conocimiento que el *stakeholder* tenga sobre la empresa, como por el nivel de participación que este tenga en la organización, que lleva a clasificarlos en: inactivos, atentos, informados y activos. De acuerdo con esto, los inactivos poseen un bajo nivel de conocimiento y de participación, en el caso de los atentos presentan un grado elevado de participación, pero bajo conocimiento, por el contrario, los informados tienen un alto nivel de conocimiento, pero poca participación y, por último, los activos son aquellos individuos que tienen mucha participación y un alto nivel de conocimiento sobre la organización (Baro, 2011, citado en Armijos, 2017).

Por consiguiente, al analizar las diversas clasificaciones se comprende que, a partir de la teoría de los *stakeholders*, diversos autores han estudiado el tema e incluso han elaborado sus propias clasificaciones basándose en elementos muy diferentes como, el conocimiento que tienen los individuos sobre la empresa o el poder que estos poseen en relación con la organización. No obstante, a pesar de que cada una de estas formas de identificar a los grupos de interés son diferentes, cada una de ellas tienen una gran relevancia debido a que ayudan a que una empresa pueda determinar cuáles son sus *stakeholders*, así como conocer el papel que estos juegan dentro de la organización.

### **La transparencia y rendición de cuentas en las organizaciones**

Este es uno de los puntos más relevantes del estudio y ha adquirido gran importancia con el paso del tiempo. Tal como señalan Arias y Arévalo (2021), Herrera y Mahecha (2018) y Trujillo (2016), la transparencia contribuye a disminuir los actos de corrupción al facilitar información correcta a los *stakeholders*. En la actualidad, la rendición de cuentas constituye un requisito para sentar las bases de cualquier organización, pues las personas desean conocer

qué sucede, cómo se toman las decisiones y el uso que se da a los recursos (tiempo y dinero), considerando los beneficios tanto individuales como colectivos que esto genera.

Cabe destacar que la transparencia y la rendición de cuentas se han convertido en herramientas para el desempeño organizacional, donde entidades que aplican adecuadamente estos principios pueden obtener una ventaja competitiva frente a aquellas que no cuentan con mecanismos robustos, dada la influencia directa, sea positiva o negativa, sobre la confianza.

### ***Mecanismos de rendición de cuentas***

De acuerdo con Jiménez (2017), Goicochea (2019) y Mauri y Ramon (2015), los mecanismos de rendición de cuentas son los métodos mediante los cuales se brinda información a los *stakeholders* interesados en conocer, con mayor detalle, cómo se administran los recursos. Existen diversos mecanismos; en la actualidad, destacan los de carácter tecnológico, por ejemplo, redes sociales, encuestas en línea y charlas virtuales, que, cuando se emplean adecuadamente, constituyen herramientas eficaces para transmitir información y para que todos los *stakeholders* comprendan cómo se gestiona la organización.

Seguidamente, se detallan algunos de los mecanismos que utilizan las organizaciones en la actualidad para brindar información a los grupos de interés:

- Reuniones: Las reuniones presenciales son las formas más comunes para transmitir información a un grupo determinado de personas que se encuentran interesados en un tema común, por ejemplo: en las asociaciones es recomendable que los *stakeholders* se encuentren enterados de las medidas o decisiones que se consideran tomar, propiciando un diálogo participativo de cada participante. Según Morales (2022), “el término “reunión” y su descripción recién señalada se aplicaban a un encuentro de diez o más participantes por un mínimo de cuatro horas en un espacio contratado” (p. 43).

- Foros: El foro es un espacio virtual en el que un usuario puede colocar un mensaje relevante a un grupo de personas, este mensaje lo pueden leer y responder los participantes (Cartagena, 2015). Es una gran herramienta si se sabe utilizar correctamente, no obstante, se debe tener conocimiento de las capacidades digitales que poseen los grupos de interés o de las personas a las que se desea llegar la información.
- Información expuesta en páginas *web*: En la actualidad es común que las organizaciones posean páginas *web* donde exponen información de interés con respecto a su misión-visión o los objetivos empresariales, sin embargo, en ocasiones brindan información referente a la gestión financiera; esta comunicación puede darse por medio de informes, en donde hay acceso efectivo de la información y de esta manera permitir que la población tenga conocimiento sobre el desarrollo de las actividades realizadas por la organización. Así como lo mencionan Varas et al. (2015), “en las etapas de diseño de una página *web*, se debe tener en cuenta las pautas y criterios de accesibilidad para lograr el acceso a la información igualitaria para todas las personas” (p. 365). Esto da a entender que la información expuesta en dichas páginas debe cumplir con ciertos estándares para que los individuos tengan una igualdad de derecho en la búsqueda de información digital.
- Red social (WhatsApp): En los últimos años la tecnología ha transformado las personas, convirtiéndolas en términos generales dependientes de espacios virtuales como lo es el uso de la aplicación WhatsApp, pues hoy en día es una herramienta digital de difusión masiva entre las personas, por su fácil uso y acceso gratuito. Por tal motivo, Limas y Sierra (2023) en su estudio mencionan que “se puede observar una marcada preferencia en el personal directivo y de apoyo administrativo por WhatsApp” (p. 9). Esto puede darse porque las organizaciones han obtenido ventajas al realizar grupos en ambientes electrónicos, en donde pueden socializar con los interesados, así como para impulsar campañas publicitarias.

## ***Efecto de la transparencia y rendición de cuentas en la confianza de los stakeholders en las asociaciones***

Parte del efecto de la transparencia y de la rendición de cuentas sobre los *stakeholders* se relaciona con la toma de decisiones: estos desean conocer cómo se gestiona la asociación internamente y cuál es el impacto de esa gestión en la estrategia, dado que sus preocupaciones e intereses pueden incidir en la dirección que asuma la organización.

Como se ha señalado, la transparencia y la rendición de cuentas influyen de manera significativa en la confianza que los *stakeholders* depositan en la organización y en su gestión. Diversas investigaciones destacan la necesidad de construir ventaja competitiva mediante prácticas robustas de transparencia y rendición de cuentas, que pueden generar una cadena de valor alineada con el propósito organizacional (Azüero et al., 2022; Cabanes, 2017; Ramos et al., 2017). Aunque los *stakeholders* presentan intereses heterogéneos, comparten el deseo de integrarse a una entidad que resguarde sus intereses individuales y colectivos, lo que refuerza la importancia de promover mecanismos de información claros y oportunos.

### **Correlación entre las prácticas y la confianza de los stakeholders**

Las prácticas organizacionales inciden directamente en la relación con los *stakeholders*. La literatura sugiere que dichas prácticas se correlacionan con el nivel de confianza que estos pueden desarrollar hacia la asociación; por ello, se recomienda incrementar su participación para fortalecer la imagen institucional y reducir la incertidumbre mediante información contable clara y el uso de herramientas de comunicación innovadoras (Mejía et al., 2021; Jaramillo et al., 2020; Ramos et al., 2017). Por consiguiente, la forma en que las asociaciones gestionan y comunican sus acciones influye de manera determinante en el éxito o el fracaso de sus operaciones; mantener prácticas saludables con los *stakeholders* resulta, por tanto, imprescindible.

La confianza constituye la base de toda relación y también de los vínculos entre organizaciones y *stakeholders*. Puede medirse y desarrollarse en función de la calidad de la información provista y del acceso a esta. Algunos estudios (Martos et al., 2022; Arco, 2020; Jiménez, 2017) analizan el equilibrio entre la confianza de los grupos de interés y la información que reciben, mientras que otros destacan que el derecho de acceso a la información es un componente central de la confianza y proponen mecanismos para evaluarla. Ahora, dado el papel estratégico de los *stakeholders* en el desarrollo organizacional, resulta primordial monitorear su nivel de confianza y adoptar acciones de mejora continua.

### **Claridad, accesibilidad de la información y frecuencia de la divulgación**

Brindar información es un principio básico para sostener relaciones sanas en las organizaciones. Además, es imprescindible que esta sea clara y accesible, y que se divulgue con una frecuencia razonable, a fin de asegurar su alcance y valoración por parte de los distintos grupos de interés. Por ejemplo, para garantizar la accesibilidad deben considerarse el formato, el tipo y tamaño de letra, así como la posibilidad real de que todas las personas tengan el mismo acceso a la información. La claridad, por su parte, exige una redacción adecuada que facilite la comprensión y transmita con precisión la intención del documento.

A propósito, Franganillo y García (2024), Martos (2022) y Jaramillo et al. (2020) coinciden en que la información confusa carece de valor: aun cuando los temas sean relevantes y complejos, si no se comunican correctamente se pierde la esencia del mensaje y pueden generarse consecuencias negativas, como confusión o pérdida de confianza, para la asociación. En términos generales, los documentos deben ser claros y concisos. Dado que las asociaciones interactúan con distintos tipos de *stakeholders*, promover un entorno con el menor número posible de interrogantes es lo más recomendable.

Una de las variables del estudio es la frecuencia de divulgación, cuyo análisis permite conocer cómo influye (positiva o negativamente) la periodicidad con que las organizaciones

informan a los grupos de interés. Al respecto, Hernández (2024), Arco (2020) y Diente (2016) destacan la utilidad de este concepto como estrategia para comunicar percepciones y evitar asimetrías de información; además, subrayan que la divulgación debe ir de la mano con la claridad y la accesibilidad. La frecuencia de divulgación contribuye a crear un ambiente de transparencia, habilita oportunidades para que los grupos de interés gestionen sus dudas y se informen sobre asuntos actuales, y favorece que los *stakeholders* aumenten su confianza y su conocimiento respecto de la gestión de la asociación.

### **Percepción y expectativas de stakeholders**

Un aspecto relevante para este estudio es la percepción que tienen los *stakeholders* sobre la gestión de la asociación a la que pertenecen. Conviene, por tanto, ofrecer una breve delimitación del término y de su gestión. De acuerdo con Pinedo (2024), Salazar y Aníbarro (2017) y Pasquel (2016), la percepción es el proceso mediante el cual una persona recibe información interna y externa, la interpreta y la analiza para otorgarle un significado.

En este sentido, la percepción de los *stakeholders* alude a cómo los grupos de interés de una asociación u organización interpretan la información que reciben acerca del desempeño y la gestión, lo que les permite formarse un juicio sobre su accionar. En el caso de las asociaciones de productores, dicha percepción se refiere tanto al significado como a la valoración que las personas asociadas u otros individuos asignan a la información que la organización brinda sobre sus resultados.

Es fundamental que toda organización conozca la percepción que sus diversos *stakeholders* tienen de la gestión realizada, pues ello le permite tomar decisiones adecuadas para orientar las actividades hacia un desarrollo óptimo y al cumplimiento de las expectativas de los grupos de interés (Centeno, 2020). Así, conocer la percepción facilita analizar el nivel de satisfacción y contribuye a mejorar la gestión de la asociación.

En el caso específico de las asociaciones de productores, es recomendable que las jefaturas y equipos directivos prioricen el estudio de la percepción que sus *stakeholders* tienen respecto de la gestión de la asociación, del desempeño de las personas responsables, de la transparencia financiera y de los mecanismos de rendición de cuentas, con el fin de intervenir en aquellos aspectos que presenten debilidades, sean financieros, administrativos o de otra índole.

De igual forma, las expectativas de los *stakeholders* constituyen un insumo clave para la toma de decisiones: las acciones implementadas deben orientarse no solo al crecimiento institucional, sino también a la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés, lo que fortalece la confianza en que el accionar de la organización brinda beneficios para las personas asociadas y demás partes interesadas.

En consecuencia, resulta pertinente conceptualizar este término. Según Cadamuro (2023), Torrelles (2023) y Ricaldi (2018), una expectativa es la idea o estimación que una persona tiene acerca de un suceso futuro, que puede o no ocurrir. Así, las expectativas de los *stakeholders* deben entenderse como las apreciaciones que las partes interesadas sostienen sobre la organización, su desempeño y los resultados que se prevé alcanzar.

Para las asociaciones de productores, las expectativas de sus *stakeholders* se relacionan con lo que esperan que realice la organización, los resultados que genere y los beneficios que desean obtener. Por ello, es importante que estas organizaciones (en este caso, las asociaciones de productores) se centren en identificar cuáles son las expectativas y necesidades de sus *stakeholders*, ya que dichos aspectos influyen de manera significativa tanto en los procesos internos como en el desarrollo económico de la entidad (De Sousa, 2016).

En consecuencia, las asociaciones de productores deben establecer procesos y mecanismos que permitan mantener una buena relación con sus *stakeholders*, con el fin de

conocer sus intereses y expectativas y, a partir de ello, ejecutar acciones que satisfagan sus necesidades. Esto es fundamental, porque las partes interesadas pueden formar una visión positiva y aumentar su confianza en la organización. Un ejemplo lo constituyen los grupos de interés de dos asociaciones colombianas que, según Rodríguez (2016), consideran que el conocimiento y cumplimiento de sus expectativas por parte de dichas organizaciones influye directamente en el grado de confianza que depositan en la gestión realizada. En este sentido, la satisfacción de las necesidades de las personas asociadas guarda una estrecha relación con la confianza que estas otorgan a las organizaciones de productores. Por ello, se trata de un aspecto al que las jefaturas y equipos directivos deben prestar la atención adecuada.

### **Accesibilidad de información**

Un aspecto relevante para esta investigación es la accesibilidad de la información de la que disponen los *stakeholders* de las asociaciones de productores, por su estrecha relación con la transparencia y la rendición de cuentas. El ejercicio eficaz de estos principios implica que las asociaciones pongan a disposición de los grupos de interés datos sobre la gestión realizada; en consecuencia, ello influye directamente en el nivel de confianza que las personas asociadas tienen respecto del manejo de la asociación.

En este sentido, Ayllon (2022), Riquelme (2019) y la Agencia Europea para las Necesidades Educativas Especiales y la Inclusión Educativa (2015) sostienen que existe accesibilidad cuando la información está disponible para las personas cuando la requieren. Así, en las asociaciones de productores la accesibilidad se concreta cuando cuentan con mecanismos efectivos de rendición de cuentas que ponen a disposición de las personas asociadas información sobre el desempeño organizacional y cuando el nivel de transparencia financiera es adecuado.

El acceso oportuno de los *stakeholders* a la información es fundamental porque permite a las personas asociadas conocer adecuadamente los asuntos de la asociación y favorece una

percepción positiva sobre la gestión de las jefaturas y equipos directivos, lo que incrementa la confianza en la gestión y en los resultados obtenidos.

De acuerdo con lo anterior, Mojica (2020) indica que la accesibilidad de la información también desempeña un papel clave en la relación que las organizaciones construyen con sus grupos de interés, pues posibilita vínculos sólidos entre la entidad y sus *stakeholders*. Por ello, las organizaciones han incorporado en sus estrategias la creación y el mantenimiento de dichas relaciones mediante una gestión adecuada de la información relevante para sus *stakeholders*.

En consecuencia, el nivel de accesibilidad condiciona las relaciones entre las asociaciones de productores y sus grupos de interés: si la información es accesible, se aumenta la confianza y se facilita la interacción; si no lo es, se deteriora la percepción sobre la asociación, con impacto negativo en el relacionamiento.

En esta misma línea, Bandsuch, Patte y Thies (2008), citados en Canales et al. (2018), señalan que dos elementos que determinan la transparencia son la precisión y la accesibilidad de la información. La precisión alude a la necesidad de que la información sea detallada para que los grupos de interés puedan usarla correctamente; la accesibilidad, por su parte, exige divulgar la información con independencia de que los resultados sean positivos o negativos para los intereses de los *stakeholders*.

Por lo tanto, la accesibilidad de la información es decisiva para la transparencia: si las asociaciones de productores facilitan el acceso a información relevante para los *stakeholders*, promueven una percepción positiva sobre la gestión de las personas directivas y refuerzan la confianza en que su accionar se orienta tanto al crecimiento institucional como a la satisfacción de las expectativas de las partes interesadas.

### **Capítulo III: Marco metodológico**

En este capítulo se exponen los elementos metodológicos empleados para cumplir los objetivos de la investigación. Se desarrollan el tipo de estudio, las personas participantes y los indicadores establecidos para cada variable.

### **Tipo de estudio**

La presente investigación se realizó con un enfoque mixto, el cual integra el enfoque cualitativo y cuantitativo. El enfoque cualitativo, consiste en la recolección de datos no numéricos, junto con definiciones, observaciones, características de datos cualitativos. Según Taylor y Bogdan (1986) citado en Herrera (2017), indican que en las investigaciones de tipo cualitativa se producen datos descriptivos, detallados por personas de forma oral o por escrito, así como, las conductas que se observan por parte del investigador. Por otra parte, para la interpretación de datos se mostraron mayormente en resultados cuantitativos, según Hernández y Mendoza (2018), este tipo de investigación consiste en medir o comparar los resultados con números para comprender patrones o tendencias de lo analizado de manera más objetiva, la unión de ambas partes, se convierte en enfoque mixto, tal y como lo dice su nombre, va a integrar las características y funciones cualitativas y cuantitativas, para obtener una visualización de los resultados con datos teóricos y numéricos. Según Valdés y Nieto (2015) se entiende como enfoque mixto al método que integra la recopilación, análisis e interconexión de datos tanto cuantitativos como cualitativos en una misma investigación.

Se emplearon tres alcances de investigación: descriptivo, exploratorio y explicativo.

- **Descriptivo.** Se orienta a detallar, observar y describir las características identificadas mediante los enfoques cualitativo y cuantitativo. Este diseño se utiliza cuando se requiere comunicar, de forma clara y objetiva, los rasgos hallados en el trabajo de campo (Díaz y Calzadilla, 2016).
- **Exploratorio.** Consiste en la búsqueda de información para delimitar problemas y formular hipótesis que conduzcan a estudios más profundos y de carácter explicativo (Claire, 1965,

citado en Nieto, 2018). En este trabajo se recurre a este alcance para familiarizarse con el objeto de estudio y realizar un análisis preliminar que permita comprender posibles causas de los resultados.

- Explicativo. Tiene por finalidad identificar las causas y consecuencias de los resultados obtenidos y establecer relaciones entre variables. Para alcanzar este nivel interpretativo se articula con el componente exploratorio antes descrito (Morocho et al., 2019). En suma, el alcance explicativo indaga los factores que originan los hallazgos empíricos y contribuye a clarificar las preguntas de investigación.

### **Población y muestra**

A continuación, se procede a indicar la población de estudio, así como la muestra que se utilizó en esta investigación.

#### **Población**

La población de estudio comprende el conjunto de personas u objetos que comparten las características de interés para la investigación y, por ende, son observados a partir de dichos rasgos comunes (Astudillo y Flores, 2023). En otras palabras, la población está integrada por los individuos que presentan las condiciones que el equipo investigador desea analizar para emitir conclusiones válidas.

En este estudio, la población la conformaron las asociaciones de productores agropecuarios constituidas bajo la Ley de Asociaciones N.º 218 y con sede en el cantón de Pérez Zeledón, así como las personas productoras asociadas a dichas organizaciones y las jefaturas de las Agencias de Extensión de San Isidro de El General y de Pejibaye del MAG. Según el Ministerio de Agricultura y Ganadería, en el cantón están inscritas 10 asociaciones de productores agropecuarios; en consecuencia, estas organizaciones, junto con sus personas asociadas y dos miembros del MAG, integraron la población de estudio.

## **Muestra**

Dado que la población de asociaciones está compuesta por 10 entidades en el cantón, no se seleccionó una muestra: se gestionó la recolección de datos sobre la totalidad de las asociaciones (censo de asociaciones). El tamaño de la población permite indagar a todas las unidades sin restringir el análisis a una submuestra potencialmente no representativa.

En cuanto a las personas productoras asociadas, se trata de una población amplia al estar distribuida entre todas las asociaciones. Para su estudio se optó por un sondeo de carácter no probabilístico, mediante la aplicación de cuestionarios. De acuerdo con López (2019), este tipo de sondeo busca obtener información sobre lo que un grupo de individuos piensa respecto de un tema específico. Se recurrió a este procedimiento porque no se fijaron criterios de inclusión adicionales ni estratos previos: el instrumento incluyó preguntas que toda la población objetivo está en capacidad de responder. Así, se investigó a las personas miembros de las asociaciones de productores del cantón de Pérez Zeledón.

## **Participantes del estudio**

En este apartado se indican las personas participantes del presente estudio, cuya intervención es de suma importancia para la investigación, pues aportaron la información que el equipo investigador utilizó en el análisis para responder al problema central y emitir las conclusiones pertinentes.

## **Sujetos de información**

Los sujetos de información tienen un papel fundamental en las investigaciones. Según Blanco (2021), Arias (2021) y Aguilar et al. (2019), son las personas seleccionadas para ser estudiadas, quienes brindan los datos necesarios para sustentar el estudio y, posteriormente, formular conclusiones. Es decir, se trata de individuos que poseen las características de interés para el equipo investigador y para el estudio, lo cual facilita la comprensión del problema y de

las interrogantes de la investigación, así como la elaboración de conclusiones con base en los resultados obtenidos.

Para la presente investigación se establecieron tres grupos de sujetos de información: las personas miembros de las asociaciones de productores, las personas directivas encargadas de su gestión y dos funcionarios del Ministerio de Agricultura y Ganadería. En el caso de las personas asociadas, se pretendió conocer la percepción que poseen sobre la transparencia financiera y la rendición de cuentas ejercidas por las asociaciones, así como el nivel de confianza que mantienen. En cuanto a las personas directivas, se buscó identificar cuáles son las prácticas de transparencia financiera y de rendición de cuentas empleadas por dichas organizaciones. Por último, en el caso del MAG, el objetivo fue conocer la opinión de los jefes de las Agencias de Extensión del MAG del distrito de San Isidro de El General y del distrito de Pejibaye respecto del manejo que las asociaciones de productores realizaron en lo relativo tanto a la transparencia financiera como a la rendición de cuentas.

### **Variables e indicadores**

#### **Conceptualización, operacionalización e instrumentalización de las variables**

Seguidamente, se presentan las variables de investigación con el fin de evaluar el efecto de la transparencia financiera y la rendición de cuentas en la confianza de los *stakeholders* en las asociaciones de productores de Pérez Zeledón durante el periodo 2020–2024.

#### ***Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable transparencia financiera***

La transparencia financiera “implica divulgar abiertamente la información financiera relevante, como estados financieros auditados, presupuestos y gastos, lo que permite una mayor rendición de cuentas y una comprensión clara de cómo se gestionan los recursos” (Vargas y Díaz, 2024, párr. 40). De igual manera, en la actualidad la transparencia financiera, así como la accesibilidad para el público y sus respectivos grupos de interés, constituyen una

estrategia empresarial que permite que las personas implicadas sientan mayor compromiso con la organización o conciban cierta afinidad (Salido et al., 2018).

La operacionalización de esta variable se realizó mediante los indicadores fiscalizaciones y canales de comunicación, establecidos para recabar la información requerida para analizar los elementos que las asociaciones de productores emplean a fin de brindar un nivel adecuado de transparencia financiera y, además, conocer su efecto en los *stakeholders*. Para la instrumentalización de esta variable se aplicaron dos cuestionarios con una serie de preguntas: uno dirigido a las personas productoras asociadas y otro a las personas directivas de las asociaciones de productores.

#### ***Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable rendición de cuentas***

Para efectos de esta investigación, “la rendición de cuentas es aquella que implica una obligación de informar lo más detalladamente posible y asumir responsabilidad por una acción o un conjunto de acciones” (Chávez, 2022, p. 190). Para efectos del estudio se contempló la variable rendición de cuentas con el fin de conocer su aplicación, debido a que en los últimos años se ha observado una tendencia de crecimiento en las empresas que brindan información a sus interesados, ya sea por voluntad propia o por encontrarse obligadas en cumplimiento de una ley (Amézquita y Arredondo, 2019). En la operacionalización se determinó el indicador mecanismos de participación (reuniones y asambleas), dado que resulta relevante identificar los mecanismos de rendición de cuentas empleados por las asociaciones de productores para promover la participación de los *stakeholders* en las asociaciones. En cuanto a la instrumentalización de la variable rendición de cuentas, se consideró pertinente consultar a las personas asociadas para conocer su percepción mediante un cuestionario.

#### ***Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable expectativas***

El término expectativas alude a “algo que una persona considera que puede ocurrir; es una suposición enfocada en el futuro, que puede ser acertada o no. Psicológicamente, este

sentimiento suele estar vinculado con una probabilidad lógica de que algo suceda” (Lazkano de Anta, 2023, p. 56). En consonancia con Zárata et al. (2020), las expectativas que poseen los *stakeholders* guardan relación con el grado de conocimiento que tienen de la organización: a mayor conexión, más positivas tienden a ser dichas expectativas.

Para la operacionalización de la variable se contemplaron tres indicadores: nivel de importancia otorgado por la asociación, conocimiento sobre la gestión financiera y grado de satisfacción, con el fin de conocer la relevancia que las personas directivas conceden a las expectativas de sus asociados, el nivel de conocimiento que estos poseen y el grado de acuerdo de los *stakeholders* con la gestión realizada. En cuanto a la instrumentalización, la recolección de datos se llevó a cabo mediante dos cuestionarios, uno aplicado a las personas directivas de estas organizaciones y otro dirigido a las personas productoras asociadas.

### ***Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable percepción***

La percepción puede definirse como la habilidad para “captar, procesar y dar sentido de forma activa a la información que alcanza nuestros sentidos” (Salcedo et al., 2022, p. 391). Según Orozco y Alzate (2018), controlar el modo en que los grupos de interés perciben a la organización entraña un esfuerzo considerable, pues se trata de un proceso que cada persona conforma de manera individual; lo que sí resulta factible para la empresa es realizar un seguimiento sistemático a sus *stakeholders* para conocer las valoraciones que mantienen sobre ella. En la misma línea, Castaño y Arias (2021) afirman que “[...] añadir en las empresas ese valor diferenciador en el mercado, el cual ya no depende solo de un producto o servicio brindado, sino de la percepción que los *stakeholders* tienen sobre la forma de ser y actuar de la compañía” (p. 18), con lo cual subrayan que la manera en que la organización es percibida puede incrementar su valor empresarial.

En el plano operacional, la variable se observó mediante referentes como la integridad y la responsabilidad que los *stakeholders* atribuyen a la organización, así como la opinión sobre

el alcance de la información recibida, en términos de suficiencia y claridad. Estos elementos permiten describir la percepción que las personas interesadas construyen a partir de la información que las asociaciones brindan sobre la gestión realizada y, al mismo tiempo, facilitan conocer sus juicios al respecto. En cuanto a la instrumentalización, se aplicó un cuestionario a las personas asociadas con el propósito de conocer su percepción sobre la transparencia financiera y la rendición de cuentas ejercidas por la asociación.

### ***Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable efecto***

El término *efecto* se refiere a “un estado físico y/o de comportamiento de un sistema que resulta de una acción, de un conjunto de acciones o de otro efecto” (Rodríguez y Uribe, 2020, p. 50). De acuerdo con Freeman (1984), citado en Álvarez et al. (2018), el efecto que ejercen los *stakeholders* sobre una empresa es crucial, pues pueden incidir negativamente en el desempeño y afectar el cumplimiento de objetivos; de ahí que mantener satisfechos a los grupos de interés incrementa la probabilidad de supervivencia en el mercado.

En el plano operacional, la variable se expresó a través del nivel de confianza que los *stakeholders* depositan en las personas directivas y en la gestión de las asociaciones, así como mediante el nivel de satisfacción respecto de la información que reciben. La finalidad es determinar hasta qué punto confían en la conducción organizacional y si consideran razonable la información proporcionada. En lo instrumental, la medición se realizó mediante un cuestionario con preguntas orientadas a las personas productoras asociadas a las asociaciones de productores, a fin de evaluar sus percepciones sobre confianza y satisfacción informativa.

### ***Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable prácticas***

Las prácticas “son las actividades que se realizan de forma cotidiana en la organización para el logro de sus metas” (Montaño et al., 2022, párr. 11). Además, las prácticas organizacionales influyen directamente en el rendimiento de la empresa, pues representan el manejo organizacional frente a los *stakeholders*.

En el plano operacional, esta variable se observó a partir del indicador correlación entre las prácticas y el nivel de confianza, con el propósito de determinar si las acciones implementadas por las asociaciones de productores inciden en la confianza que mantienen los *stakeholders*. En cuanto a la instrumentalización, la recolección de información se desarrolló mediante dos cuestionarios, uno aplicado a las personas productoras asociadas y otro dirigido a las personas directivas de las asociaciones.

### ***Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable confianza***

La confianza se define como “la capacidad de anticipar una acción o evento a partir de cierta información. Ella indica hasta qué punto las personas se fían al hecho de que, bajo ciertas circunstancias predecibles, las respuestas que obtendrán de los otros serán también predecibles” (Peña, 2023, p. 44). Esta variable es determinante para el estudio, ya que se forja a partir de las acciones de las asociaciones y de los valores presentes al reaccionar ante las dificultades; además, ejerce una influencia notable en los *stakeholders*, porque las demostraciones positivas impactan la manera en que las personas perciben a la organización (Amézquita y Arredondo, 2019).

En la dimensión operacional, se establecieron como indicadores los cambios en el nivel de confianza durante el periodo (tendencia), los factores que inciden en la confianza y los aumentos o disminuciones en la participación de los *stakeholders*. Con ello se busca determinar si el nivel de confianza ha presentado variaciones y cuáles factores se asocian a dichas variaciones. En el plano instrumental, la medición se realizó mediante dos cuestionarios, uno aplicado a las personas asociadas y otro a las personas directivas de las asociaciones de productores.

### ***Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable claridad de la información***

De acuerdo con Trujillo (2023), la claridad de la información se alcanza cuando “se presenta de manera comprensible y fácil de entender para el público al que va dirigida. Esto implica evitar jerga innecesaria, estructurar la información de manera lógica y utilizar un lenguaje que sea accesible para el receptor” (p. 61). Para efectos de la investigación, se incluyó esta variable con el fin de conocer la importancia otorgada a la transparencia en lo que se desea comunicar y la necesidad de hacerlo del modo más claro posible, lo cual genera un valor agregado y añade calidad a la información (Cifuentes y Bizerra, 2022).

En términos operacionales, la variable se observó mediante los indicadores: formatos para la presentación de informes, detalle y comprensión, con el objetivo de determinar si los mecanismos empleados por las asociaciones de productores resultan eficientes en lo relativo a la claridad informativa. En lo instrumental, la obtención de datos se efectuó por medio de dos cuestionarios, uno dirigido a las personas directivas y otro a las personas asociadas, con la finalidad de conocer si la forma en que se presenta la información a los productores es la adecuada.

### ***Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable frecuencia de divulgación***

Esta variable “se refiere a la frecuencia con la que se realizan los procesos de publicación y difusión de los principales resultados” (Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC], 2022, p. 18). Como señalan Salido et al. (2018), “[...] la importancia que tiene la divulgación de información de carácter social [...] como elemento para la asunción de responsabilidades y para la contribución al aumento de la confianza del público en las empresas [...]” (p. 123). Este concepto resulta relevante porque motiva a las organizaciones a

mantener una mayor apertura hacia el público en general, procurando la transparencia de la información.

En el plano operacional, la variable se observó mediante el indicador de periodicidad con que se publican los informes, es decir, el tiempo establecido por cada asociación para emitir reportes de la gestión realizada. En lo instrumental, se dio la aplicación de un cuestionario dirigido a las personas directivas de las asociaciones de productores con el propósito de conocer el período empleado por estas organizaciones para publicar los informes sobre su gestión.

### ***Definición conceptual, operacional e instrumental de la variable accesibilidad de la información***

La variable accesibilidad de la información se entiende como “aquel mecanismo que se va a caracterizar por ser de fácil acceso para el sujeto, resaltando la información de manera llamativa para él” (Martínez, 2020, p. 19). En la actualidad, poder acceder a la información de forma sencilla es determinante para darse a conocer como empresa. La relación que mantienen las organizaciones con sus grupos de interés es relevante, dado que estos contribuyen al desarrollo empresarial; si la experiencia de los *stakeholders* es positiva, se genera mayor confianza y, en consecuencia, puede crecer el número de ventas. Por tal razón, en los últimos años se han desarrollado estrategias orientadas a mejorar la comunicación (Orozco y Alzate, 2018).

En el plano operacional, la variable se observó a través de los indicadores medios disponibles y calidad de la información, con el propósito de conocer los medios que emplean las asociaciones de productores para permitir el acceso a la información y de determinar si esta es idónea. En la dimensión instrumental, se aplicaron dos cuestionarios, uno a las personas productoras asociadas y otro a las personas directivas de las asociaciones de productores.

En la Tabla 2 se presentan los objetivos específicos con sus respectivas variables, a fin de mostrar los aspectos que se estudiarán en la presente investigación. Asimismo, se incluyen los indicadores establecidos para cada una de las variables mencionadas a lo largo del trabajo, con el objetivo de ofrecer una visión sobre la forma en que se midieron. Además, se identifican los sujetos de información que fueron estudiados, así como los instrumentos utilizados para analizar cada uno de los aspectos definidos.

**Tabla 2***Modelo de análisis*

Objetivos	Variables	Indicadores	Instrumentos	Sujetos de información
Identificar las prácticas de transparencia financiera y rendición de cuentas implementadas por las asociaciones de productores agropecuarios.	Transparencia financiera	-Fiscalizaciones -Canales de comunicación	Entrevista Cuestionario	Directivos Asociados Jefes Agencias de Extensión
	Rendición de cuentas	-Mecanismos de participación (reuniones y asambleas)	Entrevista Cuestionario	Asociados Jefes Agencias de Extensión
Determinar las expectativas y percepciones de los diferentes grupos de <i>stakeholders</i> sobre la transparencia financiera y la rendición de cuentas en las asociaciones de productores agropecuarios.	Expectativas	-Nivel de importancia otorgado por la asociación -Conocimiento sobre gestión financiera -Grado de satisfacción	Cuestionario	Directivos Asociados
	Percepción	-Integridad y responsabilidad -Opinión sobre alcance de la información (suficiente, clara)	Cuestionario	Asociados
Analizar el efecto que han tenido las prácticas de transparencia y rendición de cuentas en la confianza de los <i>stakeholders</i> del sector de asociaciones de productores agropecuarios.	Efecto	-Nivel de confianza de los <i>stakeholders</i> -Nivel de satisfacción respecto a la información recibida	Entrevista Cuestionario	Asociados Jefes Agencias de Extensión

Tabla 2 (continuación)

Objetivos	Variables	Indicadores	Instrumentos	Sujetos de información
	Prácticas	-Correlación entre las prácticas y el nivel de confianza	Entrevista Cuestionario	Directivos Asociados Jefes Agencias de Extensión
	Confianza	-Cambios en el nivel de confianza durante el periodo (tendencia) -Factores que inciden en la confianza -Aumentos o disminuciones en la participación de los <i>stakeholders</i>	Entrevista Cuestionario	Directivos Asociados Jefes Agencias de Extensión
Comparar las diferencias en las prácticas de transparencia y rendición de cuentas utilizadas por las asociaciones de productores agropecuarios en relación con la claridad, frecuencia y accesibilidad a la información financiera para los <i>stakeholders</i> .	Claridad de la información Frecuencia de divulgación Accesibilidad de la información	-Formatos para la presentación de informes -Detalle y comprensión Periodicidad con la que se publican informes -Medios disponibles -Calidad de información	Entrevista Cuestionario Entrevista Cuestionario Entrevista Cuestionario	Directivos Asociados Jefes Agencias de Extensión Directivos Jefes Agencias de Extensión Directivos Asociados Jefes Agencias de Extensión

## **Instrumentalización o técnicas de recolección de datos**

En este apartado se describen las técnicas e instrumentos empleados para recolectar la información pertinente a la investigación, con énfasis en la entrevista y la encuesta como medios principales para obtener datos que permitan responder al problema planteado.

### **Entrevista**

La entrevista constituye uno de los medios centrales para obtener la información necesaria en el estudio y, en consecuencia, para aportar elementos de respuesta al problema de investigación. En este caso, se aplicó a dos Jefes de las Agencias de Extensión del Ministerio de Agricultura y Ganadería, con el propósito de conocer la opinión institucional sobre la gestión realizada por las asociaciones de productores. Según Sierra (2019), la entrevista es:

[...] una conversación verbal entre dos o más seres humanos (entrevistador y entrevistado), cuya finalidad es lo que en verdad le otorga tal carácter. Es decir, en un sentido amplio, la entrevista es una conversación que establecen un interrogador y un interrogado para un propósito expreso. (p. 304)

Esta herramienta es ampliamente utilizada en los trabajos de investigación, ya que implica interacción directa entre personas al ser un diálogo; por ello, la recolección de información resulta accesible cuando las preguntas se formulan y aplican de manera adecuada.

### **Encuesta**

La encuesta ha sido empleada por investigadoras e investigadores durante muchos años. En este estudio, se aplicó a las personas asociadas de las asociaciones de productores y a los directivos de estas organizaciones con el fin de obtener los datos requeridos. De acuerdo con Torres et al. (2019), la encuesta surgió en los Estados Unidos con la finalidad de conocer el estado del mercado y de registrar las opiniones de las personas durante procesos electorales de la Casa Blanca, lo que evidencia la relevancia de esta técnica como herramienta para

obtener información primaria. Tal como señala Gil (2016), su aplicación requiere que quien administra el instrumento esté debidamente preparado. Las encuestas consistieron en dos cuestionarios, uno dirigido a las personas asociadas y otros a los directivos, los cuales presentaron diversas características, entre ellas el hecho de que la persona entrevistadora recabó información sobre los hechos a través de otra persona (la persona encuestada). Además, se trata de una técnica utilizada ampliamente en investigación por su aplicación masiva y su capacidad de adaptación a distintas temáticas y poblaciones, lo que facilita la aproximación a la realidad social; en la práctica, también se le conoce como cuestionario. No obstante, su uso puede presentar dificultades al momento de recolectar datos, ya sea por el grado de complejidad de las preguntas, por la falta de cooperación de las personas encuestadas o por la imposibilidad de contactarlas, aspectos que constituyen limitaciones habituales en procesos de investigación (Torres et al., 2019).

### **Consideraciones éticas**

El desarrollo de las investigaciones está ligado a la ética y a la moral de las personas que las realizan, así como a su comportamiento. Dada la dinámica de los cambios en el entorno y en la sociedad, en la actualidad las personas pueden verse motivadas a dar un uso indebido a la Inteligencia artificial (IA); por ello, quien investiga debe emplear de manera correcta y ética los derechos de autor, así como las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), apoyándose en los valores humanos aprendidos para decidir la dirección conveniente y correcta al momento de aprovechar la tecnología (Floridi, 2024).

Como señala Álvarez (2018), “toda evaluación ética implica un proceso de juicio de valor, en consecuencia, es necesaria una formación sólida en la reflexión filosófica axiológica para valorar lo que es éticamente satisfactorio y para poder ser capaz de evaluar las actitudes éticas de los demás” (p. 140). En este marco, cobran relevancia las acciones del individuo y su valor moral, en la medida en que exista conciencia sobre lo correcto y sobre el daño que puede

causarse a una o varias personas. En consecuencia, durante el desarrollo de una investigación es indispensable que las personas cuenten con criterios éticos para decidir conforme a lo moralmente permitido. De acuerdo con Paz (2018), “[...] es importante que los procesos investigativos contengan suficientes elementos éticos que respalden los estudios realizados en el contexto educativo” (p. 46). Por consiguiente, todo trabajo de investigación debe cumplir con estándares de autenticidad y aportar utilidad para las futuras generaciones.

## **Capítulo IV: Análisis e interpretación de los resultados**

En este capítulo se presenta el análisis de los datos recopilados mediante una entrevista aplicada a dos personas funcionarias del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) y a través de dos cuestionarios: uno dirigido a miembros de los equipos directivos de nueve asociaciones de productores agropecuarios del cantón de Pérez Zeledón y otro aplicado a cien personas asociadas. Para la interpretación de los resultados se utilizan figuras y tablas en las que se visualizan los aspectos más relevantes de la investigación, junto con una síntesis de las entrevistas.

El propósito de las entrevistas realizadas a las personas funcionarias del MAG fue conocer su opinión y perspectiva respecto de diversos aspectos vinculados con la transparencia financiera y la rendición de cuentas en las asociaciones de productores agropecuarios. Por su parte, los cuestionarios aplicados tanto a personas directivas como a personas asociadas buscaban identificar la percepción que existe sobre la gestión ejercida por estas organizaciones en materia de manejo financiero y de rendición de cuentas.

### **Perspectivas y opiniones de los funcionarios del Ministerio de Agricultura y Ganadería respecto a la transparencia financiera y rendición de cuentas ejercidas por las asociaciones de productores de Pérez Zeledón**

A continuación, se presenta una sistematización de los resultados obtenidos en las entrevistas aplicadas a personal del MAG de la Agencia de Extensión de San Isidro de El General y de la Agencia de Extensión ubicada en Pejibaye de Pérez Zeledón, así como el análisis correspondiente, con el fin de resaltar los hallazgos más relevantes para la investigación.

**Tabla 3***Entrevista a funcionarios del Ministerio de Agricultura y Ganadería*

Preguntas realizadas en la entrevista	Funcionario del Ministerio de Agricultura y Ganadería, sucursal San Isidro	Funcionario del Ministerio de Agricultura y Ganadería, sucursal Pejibaye
¿Cuál es su puesto en la institución y por cuánto tiempo lo ha desempeñado?	El puesto en la Agencia de Extensión en San Isidro lo ha desempeñado por 1 año aproximadamente, pero tiene 10 años de trabajar en el Ministerio de Agricultura y Ganadería.	En la Agencia de Extensión de Pejibaye el funcionario posee más de 10 años de experiencia en funciones dentro del MAG.
¿Las asociaciones de productores tienen la obligación de brindar informes al Ministerio de Agricultura y Ganadería sobre la gestión financiera realizada? Comente.	En la programación anual operativa de la agencia tienen metas que deben cumplir y para esas metas se seleccionan algunas organizaciones de las áreas de influencia (las agencias tienen delimitado las áreas de influencia que atienden), ya que hay más organizaciones de las que pueden atender por capacidad instalada, por lo tanto, se seleccionan esas organizaciones y lo que hacen es un proceso de intervención, sin embargo, tiene que haber un consentimiento de que la organización quiere ser atendida por el Ministerio de Agricultura y Ganadería. Cuando se logra este acuerdo con la organización lo que hacen es aplicar un instrumento (tipo cuestionario) que abarca 6 grandes áreas.	No es una obligación por parte de las asociaciones de productores brindar informes sobre la gestión financiera al Ministerio de Agricultura y Ganadería, a no ser que gestionen algún proyecto financiado, ya que deben brindar periódicamente informes sobre el uso de los recursos.

Tabla 3 (continuación)

Preguntas realizadas en la entrevista	Funcionario del Ministerio de Agricultura y Ganadería, sucursal San Isidro	Funcionario del Ministerio de Agricultura y Ganadería, sucursal Pejibaye
¿Cuál es su opinión sobre los mecanismos de rendición de cuentas empleados por las asociaciones de productores para comunicar los resultados financieros a sus <i>stakeholders</i> (grupos de interés)?	Las asociaciones en las asambleas (que normalmente son anuales) hacen rendición de cuentas, no solo sobre los parámetros financieros sino sobre todas las generalidades de la organización y lo que ocurre es que hay organizaciones que tienen grados de madurez elevados, donde eso es prácticamente una rutina, pero también hay muchas organizaciones que están en grado de madurez intermedio y bajo.	Normalmente ellos se ajustan a la legislación vigente.
¿Considera que las prácticas de transparencia financiera en la rendición de cuentas ejercida por las asociaciones influyen en la confianza de sus asociados?	Sí, el liderazgo puede resultar cruel, porque muchos de los que trabajan en estas organizaciones llevan esos liderazgos es <i>ad honorem</i> . Si hacen todo bien, los socios asumen que para eso están ahí y que es lo que se supone que debería ocurrir, pero si registran un gasto y no tienen una factura (aunque hayan tramitado 500 facturas en un año), con solo esa factura ya se genera una desconfianza por parte de los socios.	Puede influir el interés y conocimiento del asociado, ya que para muchos los informes contables una vez al año es suficiente y para otros no, por tanto, la influencia en la confianza se determina como persona individual.

Tabla 3 (Continuación)

Preguntas realizadas en la entrevista	Funcionario del Ministerio de Agricultura y Ganadería, sucursal San Isidro	Funcionario del Ministerio de Agricultura y Ganadería, sucursal Pejibaye
¿Cuál es su opinión sobre las prácticas de transparencia financiera ejercidas por las asociaciones de productores? Comente.	El hecho de que las organizaciones presentan diferentes grados de madurez conlleva a que cuanto más madura sea la organización, se tiende a ver un mejor comportamiento en cuanto al manejo de cuentas en bancos, al tema de no mezclar gastos personales con gastos de la organización e incluso, muchas de estas organizaciones maduras tienen estados financieros auditados. Por tanto, conforme el grado de madurez es menor se tiende a ver más que las cajas chicas a veces se utilizan para gastos personales, no están bien liquidadas, que de repente mezclan dineros de las cuentas personales con las cuentas de las organizaciones.	Es un tema delicado y depende desde el punto de vista de la persona que la recibe, contratan los servicios de un contador que lleva el registro de las actividades.
¿Cuál es su opinión sobre la claridad y accesibilidad de la información financiera brindada por las asociaciones de productores a sus asociados?	Es clara, pero, a veces se analiza si cuando un contador explica el tema sobre la gestión desde un punto de vista financiero, los productores están en capacidad de valorar si eso está bien o no.	La información que reciben las personas asociadas en las asambleas es suficiente.

Tabla 3 (Continuación)

Preguntas realizadas en la entrevista	Funcionario del Ministerio de Agricultura y Ganadería, sucursal San Isidro	Funcionario del Ministerio de Agricultura y Ganadería, sucursal Pejibaye
¿Cuáles aspectos considera que tienen más influencia para aumentar la confianza de personas asociadas hacia la gestión financiera de las organizaciones?	Se recomienda que cuando la asociación tenga cierto grado de madurez deberían de invertir (porque no se tiene que ver como un gasto) en auditorías. Podría pensarse que cuando una organización de este tipo se somete a un proceso de auditoría, hay un externo que revisa la gestión interna (porque normalmente ellos no tienen departamento de auditoría interna, entonces tienen que conseguirla por servicios profesionales), entonces, eso de alguna manera podría generar mayor confianza en los socios de que la gestión fue auditada.	El asociado aporta un capital social que la mayor parte del tiempo es un monto pequeño, puede que el socio no esté al día con las cuotas, o puede que sí, pero este tema no es de interés para ellos, personas asociadas quieren ver los beneficios de ser parte de la asociación y de esta forma su confianza se establece. Ellos reciben un informe de contabilidad que la mayor parte del tiempo es aceptado por personas asociadas y que para ellos puede ser suficiente como una práctica de transparencia financiera.

Tabla 3 (Continuación)

Preguntas realizadas en la entrevista	Funcionario del Ministerio de Agricultura y Ganadería, sucursal San Isidro	Funcionario del Ministerio de Agricultura y Ganadería, sucursal Pejibaye
¿Cuál es su opinión sobre la gestión financiera de las asociaciones de productores en lo que respecta a la satisfacción de las expectativas de personas asociadas?	En términos generales, debería existir más preparación, sobre todo en el tema de manejo financiero. Normalmente, los agricultores saben cómo producir y tienen buen dominio de la producción primaria.	Destaca dos puntos de vista:  Como asociado, espera tener mayores beneficios personales, un trato preferencial.  Como administrador de una asociación, a personas asociadas les puede llegar a interesar los informes financieros siempre y cuando obtengan beneficios en bienes y servicios.
¿Considera que los medios y mecanismos utilizados por las asociaciones de productores son apropiados y suficientes para brindar información financiera a sus asociados?	Las organizaciones con cierto conocimiento sesionan una vez al mes como mínimo, tienen acceso a la tecnología, entonces tienden a hacer, por ejemplos, grupos de WhatsApp donde les dicen hoy tenemos una reunión, y esa dinámica les ha facilitado el trabajo, las reuniones generalmente son mensuales, además, siempre se tiene la asamblea de socios que normalmente es anual.	Es un tema controversial ya que, podría la asociación intentar tener mayor cantidad de medios y mecanismos para brindar información, pero no recibe reciprocidad por parte del asociado, es decir, el socio no está demandando mayor cantidad de información por lo que un mayor esfuerzo por parte de la asociación es una pérdida de tiempo.

Tabla 3 (Continuación)

Preguntas realizadas en la entrevista	Funcionario del Ministerio de Agricultura y Ganadería, sucursal San Isidro	Funcionario del Ministerio de Agricultura y Ganadería, sucursal Pejibaye
<p>¿Considera que existen deficiencias en las prácticas de transparencia financiera y rendición de cuentas que utilizan las asociaciones para brindar información a sus asociados, específicamente en relación con la claridad, frecuencia y accesibilidad de la información?</p>	<p>Se considera que sí existen deficiencias.</p>	<p>Se hace el esfuerzo para que haya una mayor claridad en la información, sin embargo, dicha información contable en ocasiones no es útil, ya que no se lleva un registro desde el agricultor o asociado (cada finca es una empresa), de todo lo que se invierte para poder llegar a tener una ganancia, por lo que al final dichas prácticas de transparencia financiera no siempre son provechosas.</p> <p>De igual manera esto hace diferencia dependiendo al público meta al que llega esta información, si una persona posee un grado académico más elevado y entiende contabilidad básica o avanzada puede que la frecuencia de la información sea muy poca.</p>

Tabla 3 (Continuación)

Preguntas realizadas en la entrevista	Funcionario del Ministerio de Agricultura y Ganadería, sucursal San Isidro	Funcionario del Ministerio de Agricultura y Ganadería, sucursal Pejibaye
¿Considera que la frecuencia en la que las asociaciones de productores brindan información financiera es la adecuada para generar confianza en sus asociados? Comente.	Lo más sano es que se realicen cierres mensuales desde el punto de vista contable, y que sean conocidos por la junta directiva mes a mes. En seis meses pasan muchas cosas y ya podría ser tarde, entonces, siempre que se manejan dineros el rendir cuentas no va a ser nunca un exceso, entonces, la frecuencia debería ser lo más corta posible.	La confianza del asociado no se encuentra en la frecuencia con la que la información financiera se recibe, aunque puede que al hacerlo más seguido algunos socios se encuentren más interesados en el tema financiero. En este punto, se hace mención del público meta, los agricultores no poseen grandes herramientas contables, por lo que puede que el tema contable no sea de interés o simplemente no puedan entender qué hacer con dicha información.

La información de la Tabla 3 refleja la percepción del Ministerio de Agricultura y Ganadería respecto de la gestión financiera que realizan las asociaciones de productores del sector agropecuario. Este insumo resulta relevante para el estudio por el conocimiento y la experiencia que poseen las personas funcionarias de las agencias de extensión del MAG sobre la dinámica de trabajo de dichas asociaciones. En consecuencia, la información recopilada contribuye a comprender con mayor precisión la administración financiera que estas ejecutan.

Es importante señalar que las asociaciones de productores no tienen la obligación de presentar informes al Ministerio de Agricultura y Ganadería. Sin embargo, cuando reciben financiamiento para un proyecto deben entregar reportes periódicos sobre el uso de los recursos. En algunas ocasiones, el MAG selecciona ciertas organizaciones para realizar un proceso de intervención que abarca seis áreas: producción, mercadeo, comercialización, planeación estratégica, recursos humanos y finanzas, con el consentimiento previo de la asociación.

De acuerdo con las apreciaciones de las personas funcionarias del MAG, los mecanismos de rendición de cuentas que emplean las asociaciones para comunicar resultados financieros a sus *stakeholders* se consideran razonables en función de la capacidad de cada entidad para cumplir este requisito. No obstante, no todas las organizaciones tienen el mismo nivel de madurez, por lo que algunas enfrentan mayores dificultades para llevar a cabo el proceso de rendición de cuentas. Asimismo, las prácticas de transparencia financiera ejercidas por la mayoría de las asociaciones se sustentan en la labor de un contador o una contadora que presenta informes de estados financieros; esta situación también se ve influida por el nivel de madurez de cada organización, en el sentido de que, a mayor madurez, se espera un mejor manejo del tema. Cabe indicar que las personas funcionarias entrevistadas califican este asunto como “controversial”, pues, si bien cada asociación tiene la rendición de cuentas como obligación ética, cada una puede gestionar sus finanzas de manera distinta.

Por otra parte, se evidencia que, a criterio del MAG, la confianza de las personas asociadas puede verse altamente influida por las prácticas de transparencia financiera aplicadas en los procesos de rendición de cuentas. Cuando se identifican errores en la administración de la asociación, las personas afiliadas tienden a desconfiar de la gestión; además, el hecho de que la mayor parte de la información se divulgue por medio de informes en la asamblea general anual implica que, si esta práctica no satisface sus expectativas, el grado de confianza puede deteriorarse con facilidad. En relación con lo anterior, el cumplimiento de las expectativas de las personas asociadas es un aspecto vital, pues, si no se sienten satisfechas con lo que perciben por parte de la asociación, pueden desistir de formar parte de ella. Por tanto, las personas funcionarias consideran necesaria una mejor preparación, especialmente en el manejo de temas financieros.

Asimismo, de acuerdo con lo indicado por funcionarias y funcionarios del MAG, la confianza de las personas asociadas se vincula, en su mayoría, con los beneficios que reciben de las asociaciones. Los informes contables que estas brindan son considerados por las personas productoras como una práctica de transparencia financiera; sin embargo, cabe destacar que, cuando la asociación alcanza cierto grado de madurez, debe invertir en auditorías, puesto que una gestión auditada presenta un mayor impacto en el aumento de la confianza de las personas productoras.

En cuanto a los medios y mecanismos que emplean las asociaciones para brindar información, señalan las personas funcionarias del MAG que estos se han actualizado con el paso del tiempo. Es habitual que se utilicen redes sociales como WhatsApp para comunicarse con las personas asociadas o para difundir información de carácter financiero; no obstante, debe considerarse que algunas personas agricultoras pueden no sentirse cómodas con métodos tecnológicos, por lo que la realización de reuniones y asambleas sigue siendo una opción valiosa.

Además, las personas funcionarias del MAG valoran que la frecuencia con la que las asociaciones brindan información financiera puede resultar relevante siempre que exista interés por parte de las personas asociadas en conocer con mayor detalle la situación financiera de la organización. Según las entrevistas, la periodicidad no parece incidir de manera determinante en la confianza de las personas asociadas y, en algunos casos, podría no ser un tema prioritario para muchas de ellas, sin embargo, se señala que una mayor frecuencia en la rendición de cuentas debe considerarse por su eventual contribución al mantenimiento de la confianza.

Entre los aspectos sustanciales al momento de brindar información, según la percepción del MAG, destacan la claridad y la accesibilidad. Conocer los requerimientos del público meta es necesario, y lograr que los *stakeholders* comprendan la información financiera constituye uno de los propósitos esenciales en la presentación de un informe para que resulte provechoso. Conforme a las entrevistas realizadas, se detecta como debilidad que la información financiera de las asociaciones de productores agropecuarios resulta poco comprensible para algunas personas agricultoras, ya sea por su escasa formación profesional o por el bajo interés en la temática financiera. En consecuencia, se considera pertinente que, al brindar la información, esta se explique de forma sencilla y no exclusivamente mediante un lenguaje técnico-contable.

### **Prácticas de transparencia financiera y rendición de cuentas desde el punto de vista de personas directivas de las asociaciones de productores de Pérez Zeledón**

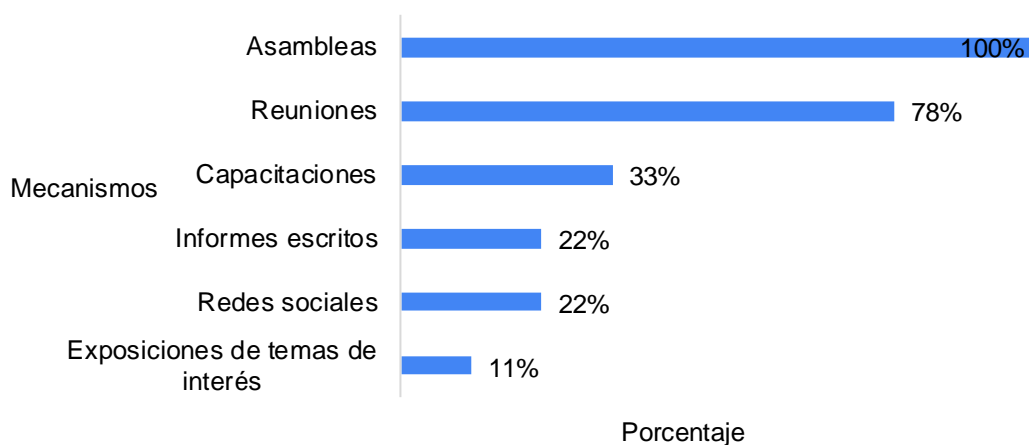
El presente análisis tiene por objetivo presentar e interpretar los resultados obtenidos a partir del cuestionario aplicado a personas directivas de diversas asociaciones de productores. El instrumento fue diseñado para recabar información clave sobre prácticas internas de gestión, transparencia, rendición de cuentas y comunicación. Los datos recopilados constituyen una fuente valiosa para comprender cómo se gestionan internamente las asociaciones y permiten conocer de manera directa la perspectiva de sus directivos respecto de los mecanismos

utilizados para la toma de decisiones, la presentación de informes financieros, la participación de las personas asociadas y la disponibilidad y accesibilidad de la información financiera institucional.

Los resultados obtenidos permiten identificar patrones comunes, diferencias en las prácticas financieras implementadas por los equipos directivos de cada asociación y oportunidades de mejora en los procesos internos de gestión y comunicación. A continuación, se presentan los hallazgos derivados de la aplicación del cuestionario.

### Figura 1

*Mecanismos de rendición de cuentas empleados por las asociaciones*



En la Figura 1 se presentan los resultados de una pregunta de opción múltiple, en la cual personas directivas podían seleccionar más de una respuesta, por tanto, el total no representa un 100 %. De este modo, se muestran los distintos mecanismos utilizados por las asociaciones de productores para rendir cuentas a sus asociados. Se observa que las asambleas constituyen el principal medio de rendición de cuentas con un 100 %, las reuniones 78 %, los procesos de capacitación 33 % y son utilizados con menos frecuencia los informes escritos, el uso de redes sociales y las exposiciones de temas de interés. Además, se evidencia que las asambleas por su carácter obligatorio y su función como espacio formal de presentación de informes

financieros es un método cumplido por todas las asociaciones. Las reuniones son otro canal ampliamente utilizado, ya que facilitan el contacto directo con las personas asociadas y la comunicación de los resultados de gestión. Los procesos de capacitación son utilizados con menor frecuencia, aunque su uso refleja el interés de algunas asociaciones por fortalecer la comprensión de los temas abordados.

Si bien las asambleas se consolidan como el mecanismo más común, los demás medios se implementan según las condiciones, recursos y dinámicas internas de cada asociación. Por ello, se observa una variabilidad en los porcentajes de utilización.

#### **Tabla 4**

##### *Cumplimiento de la transparencia financiera por parte de la asociación*

Grado de satisfacción	Promedio
Muy insatisfecho	11,11%
Insatisfecho	0,00%
Indiferente	0,00%
Satisfecho	66,67%
Muy satisfecho	22,22%

Según la Tabla 4, la mayoría de los miembros directivos califican favorablemente el cumplimiento de la transparencia financiera en sus asociaciones. El 66,67 % indica estar satisfecho, mientras que un 22,22 % menciona estar muy satisfecho. Por otro lado, un 11,11 % expresa estar muy insatisfechos con el nivel de transparencia alcanzado.

En conjunto, los resultados muestran que la percepción de personas directivas se concentra principalmente en opiniones favorables, evidenciando conformidad con el desempeño de la asociación en materia de transparencia financiera. No obstante, persisten casos de inconformidad que revelan diferencias entre asociaciones en cuanto al grado de cumplimiento de este principio. Por tanto, los datos reflejan que el nivel de cumplimiento de la transparencia financiera es alto, predominando una percepción positiva por parte de personas directivas.

## Tabla 5

*Nivel de importancia que las asociaciones de productores le brindan al cumplimiento de las expectativas de las personas asociadas*

Nivel de importancia	Promedio
Bajo	0,00%
Medio	33,33%
Alto	66,67%

La Tabla 5 muestra que el 66,67 % de las asociaciones de productores otorgan un alto nivel de importancia al cumplimiento de las expectativas de sus asociados, mientras que un 33,33 % lo considera de importancia media.

Estos resultados evidencian que, aunque la mayoría de las asociaciones reconocen este aspecto como prioritario dentro de su gestión, el nivel medio representa una valoración no del todo positiva, pues refleja que en algunas asociaciones el cumplimiento de las expectativas no es considerado un elemento esencial o no se le asigna la atención necesaria. En este sentido, la presencia de valoraciones intermedias refleja que aún existe margen de mejora para fortalecer el compromiso institucional hacia las necesidades y expectativas de personas asociadas.

**Tabla 6***Razones de importancia de conocer las expectativas de las personas asociadas*

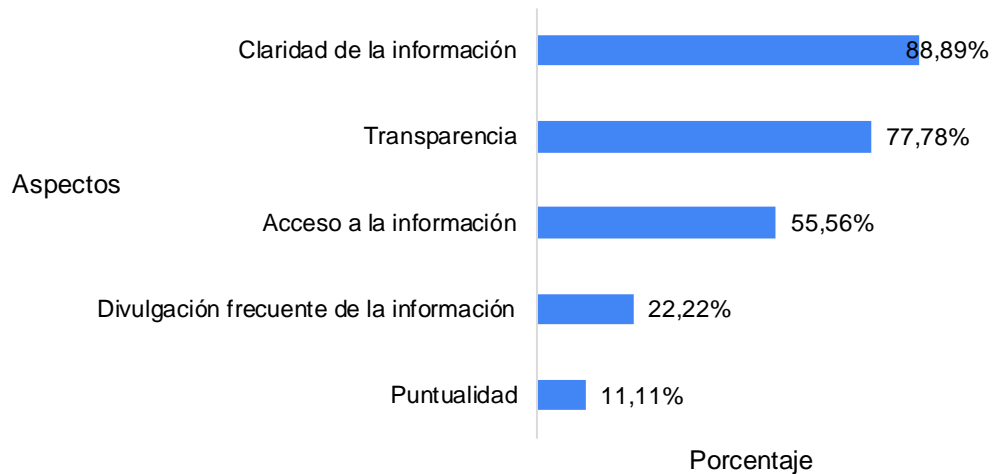
Razones de importancia	Promedio
Permite dirigir los recursos a la satisfacción de las necesidades de los productores	100%
Ayuda a identificar oportunidades de mejora	88,89%
Permite brindar mejores beneficios a los productores	77,78%
Permite ofrecer servicios adecuados a los productores	33,33%
Otra	0,00%

En la Tabla 6 se muestran los resultados de las razones de importancia de conocer las expectativas de personas asociadas, donde los totales exceden el 100 % porque personas directivas podían seleccionar más de una respuesta. De acuerdo con esto, el 100 % de personas directivas considera que conocer las expectativas de las personas asociadas permite dirigir los recursos a la satisfacción de las necesidades de los productores. Mientras que el 88,89 % señala que esta práctica ayuda a identificar oportunidades de mejora. Además, que el 77,78 % indica que contribuye a brindar mejores beneficios a los productores. Por su parte, el 33,33 % considera que permite ofrecer servicios adecuados a los productores.

Estos resultados evidencian que todas las personas directivas reconocen la importancia de alinear la gestión de la asociación con las necesidades reales de sus asociados, destinando los recursos al bienestar colectivo. El alto porcentaje de 88,89 % asociado a la identificación de oportunidades de mejora señala que las asociaciones perciben el conocimiento de las expectativas como un medio para fortalecer su desempeño. Del mismo modo, el 77,78 % que considera que conocer las expectativas permite brindar mayores beneficios demuestra que existe una clara conciencia de comprender las demandas de personas asociadas para ofrecer incentivos, programas o apoyos que respondan efectivamente a sus necesidades.

## Figura 2

*Aspectos de la presentación de informes financieros que las asociaciones han cumplido a satisfacción durante el periodo 2020-2024*



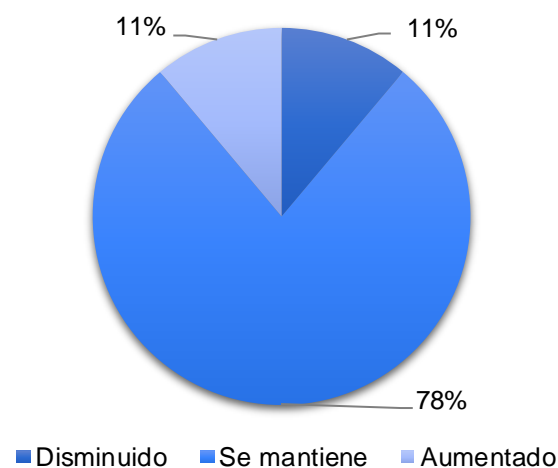
En la Figura 2 se presentan los resultados de los aspectos de la presentación de informes financieros que las asociaciones han cumplido a satisfacción durante el periodo 2020-2024. Así, dado que las personas directivas podían seleccionar más de una respuesta, el total no suma 100 %. Con respecto a ello, se muestra el porcentaje de cumplimiento en distintos aspectos relacionados con la presentación de informes financieros por parte de la asociación a sus asociados en el periodo indicado. Los datos muestran que el aspecto referente a claridad de información es el que tiene un mayor grado de satisfacción con un porcentaje del 88,89 %, la transparencia con un 77,78 %, así la divulgación frecuente de la información tiene un 22,22 %, por último, el aspecto de puntualidad en la presentación de los informes tiene un porcentaje de 11,11 %.

La claridad de la información es el aspecto mejor valorado por parte de personas directivas, lo cual indica que los informes que se presentan son comprensibles para los miembros de la asociación, siendo crucial para la toma de decisiones, el segundo porcentaje más elevado es la transparencia sugiriendo que existe una percepción positiva respecto a la

presentación de los datos financieros, como tercer punto con un 55, 56% se observa el acceso a la información, aunque más de la mitad lo considera satisfactorio se muestra una brecha de posible mejora, por último, la divulgación frecuente de la información es un punto con bajo cumplimiento, así como la puntualidad. En general, se puede decir que las asociaciones logran divulgar la información financiera con claridad y transparencia.

### Figura 3

*Nivel de confianza de asociados durante el periodo 2020-2024*



La Figura 3 ilustra cómo ha evolucionado la confianza de las personas asociadas, donde, según lo reportado por las personas directivas, se ha mantenido en un 78% y aumentado un 11 %, sin embargo, también ha disminuido en un 11 %. La mayoría de las personas directivas consideran que la confianza de las personas asociadas no ha variado significativamente en el periodo de estudio, lo cual se interpreta como un indicador de estabilidad. Asimismo, un porcentaje menor considera que se ha mejorado, aunque existe la alerta de retroceso, pues existe un 11 % que estima una disminución en la confianza lo que representa un foco de atención, revelando márgenes de mejora en la percepción de personas asociadas.

## Tabla 7

*Nivel de participación de personas asociadas durante el periodo 2020-2024*

Nivel de participación	Promedio
Disminuido	11%
Se mantiene	89%
Aumentado	0%

En la Tabla 7 se muestran las valoraciones de personas directivas sobre la evolución del nivel de participación de personas asociadas. Se observa que el 89 % de personas directivas encuestados consideran que la participación de los productores durante el periodo analizado se ha mantenido, mientras que el 11 % de los encuestados indican que la participación de personas asociadas durante dichos años ha disminuido, por tanto, el hecho de que la gran mayoría perciba una participación sin cambios revela una estabilidad relativa, pero también se puede interpretar como poca evolución positiva, por lo que, el indicador de retroceso del 11% es relevante, y al ver que ninguna organización reporta un aumento en el nivel de participación se muestra una debilidad en la gestión considerando que la participación sea clave para el cumplimiento de objetivos colectivos.

## Tabla 8

*Nivel de acuerdo/desacuerdo sobre la claridad de la información financiera*

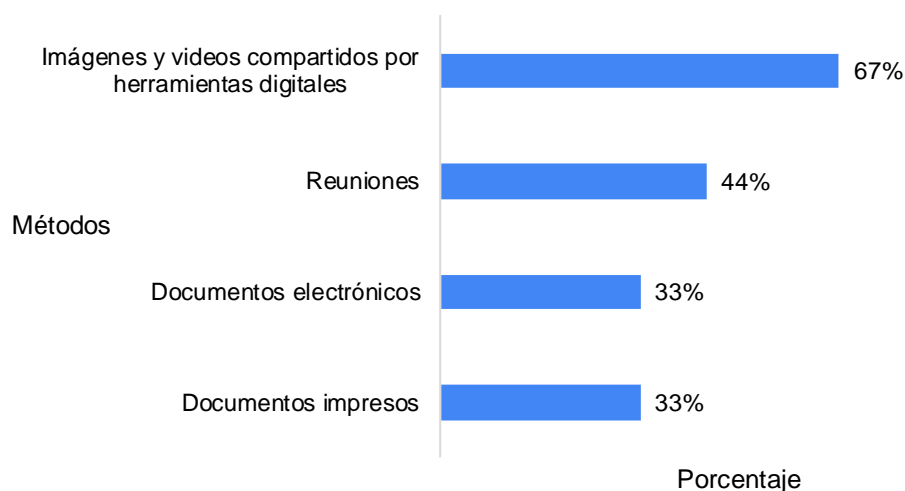
Nivel de acuerdo o desacuerdo	Promedio
Totalmente de acuerdo	56%
Algo de acuerdo	44%
Algo en desacuerdo	0%
Totalmente en desacuerdo	0%

La Tabla 8 muestra el nivel de acuerdo o desacuerdo de personas directivas de las asociaciones de productores respecto a la claridad de información financiera que reciben personas asociadas. El 56 % se encuentra “totalmente de acuerdo”, mientras que el 44 % indican que se encuentran “algo de acuerdo”, no se registran respuestas en las categorías de

desacuerdo. En relación con lo anterior, se refleja una percepción general positiva sobre la claridad y transparencia en la información financiera, asimismo se observa homogeneidad en la percepción de personas directivas de las diferentes asociaciones. Este hallazgo es relevante, ya que la comprensión de la información financiera es un factor importante en la gestión eficiente y en la sostenibilidad de las asociaciones.

#### Figura 4

*Métodos empleados por las asociaciones de productores para presentar la información financiera*



En la Figura 4 se presentan los resultados de una pregunta de opción múltiple; por esto la suma de los porcentajes supera el 100 %. De acuerdo con esto, el 67 % de personas directivas indica que utilizan imágenes y videos compartidos por herramientas digitales como medio para presentar la información financiera. Un 44 % señala que recurren a reuniones para la exposición de los resultados, mientras que un 33 % manifiesta emplear documentos impresos y otro 33 % documentos electrónicos.

Estos resultados evidencian que las asociaciones de productores emplean una diversidad de estrategias para comunicar la información financiera a sus asociados. El predominio de imágenes y videos sugiere una preferencia por recursos visuales y tecnológicos,

el uso de reuniones para presentar la información financiera demuestra que el espacio presencial continúa siendo un medio relevante para la exposición de información financiera. Por otra parte, los documentos impresos y electrónicos indican que algunas asociaciones mantienen estilos formales de documentación, garantizando respaldo físico o digital de la información. Según esta figura, las asociaciones combinan métodos visuales, participativos y documentales para presentar la información financiera. Esta variedad de medios responde a la necesidad de adaptarse a distintos contextos y niveles de acceso tecnológico de personas asociadas.

**Tabla 9**

*Nivel de acuerdo/desacuerdo sobre la comprensión de las partidas de ingresos y gastos de los informes financieros*

Nivel de acuerdo o desacuerdo	Promedio
Totalmente de acuerdo	89%
Algo de acuerdo	11%
Algo en desacuerdo	0%
Totalmente en desacuerdo	0%

Según los resultados presentados en la Tabla 9, el 89 % de personas directivas manifiesta estar totalmente de acuerdo con comprender las partidas de ingresos y gastos incluidas en los informes financieros, mientras que un 11 % indica estar algo de acuerdo.

Estos datos indican que la mayoría de las personas directivas muestran tener una comprensión adecuada de la información financiera presentada, lo que sugiere claridad en la forma en que se exponen los ingresos y gastos dentro de los informes. El porcentaje que se encuentra "algo de acuerdo" puede reflejar la existencia de dificultades en la interpretación de diferentes aspectos, aunque no representan una confusión general. En conjunto, los resultados reflejan una valoración ampliamente positiva respecto a la comprensión de los informes financieros.

**Tabla 10***Frecuencia de entrega de informes financieros*

Frecuencia	Promedio
Trimestralmente	0,00%
Semestralmente	11,11%
Anualmente	88,89%
Más de un año	0,00%
No comunica	0,00%

Según los datos de la Tabla 10, el 88,89 % de las asociaciones de productores entregan sus informes financieros anualmente, mientras que un 11,11 % lo hace de forma semestral. Estos resultados muestran que todas las asociaciones realizan la entrega anual de informes financieros en la asamblea general, este cumplimiento refleja una práctica formal y responsable de rendición de cuentas ante las personas asociadas conforme a la normativa establecida.

El 11,11 % que realiza entregas semestrales demuestra un esfuerzo adicional por mantener una comunicación más frecuente, lo cual favorece la participación informada de los productores y refuerza la confianza en la gestión de los recursos. Esta práctica también permite un seguimiento más oportuno del cumplimiento de los objetivos establecidos por la organización.

**Tabla 11***Acceso de las personas asociadas a la información financiera*

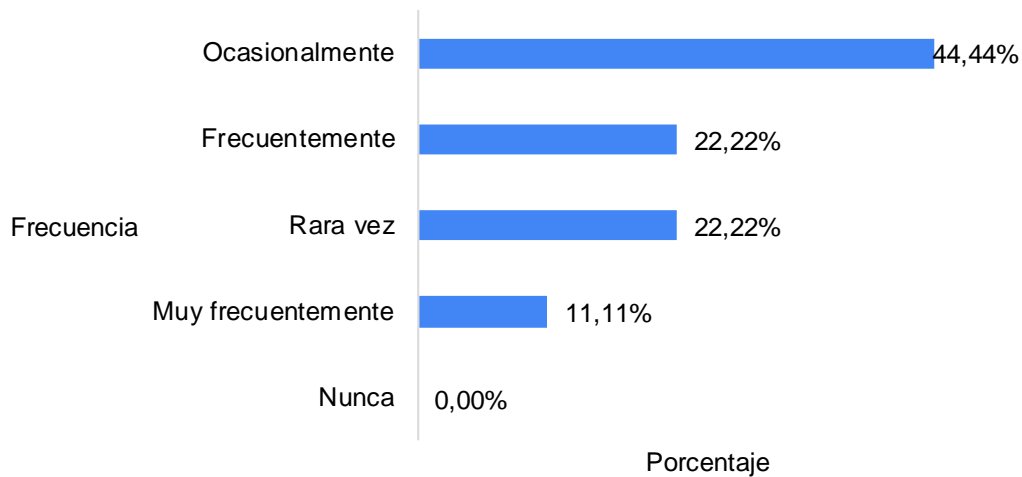
Acceso a información financiera	Promedio
Nunca	11%
Rara vez	11%
De vez en cuando	0%
Con frecuencia	0%
Siempre	78%

Según los resultados presentados en la Tabla 11, el 78 % de las personas asociadas siempre tienen acceso a la información financiera, un 11 % indica que nunca acceden a ella y otro 11 % señala que rara vez lo hacen. Estos datos muestran que la mayoría de las asociaciones mantienen un acceso constante a la información financiera, permitiendo que personas asociadas puedan conocer de forma oportuna el manejo de los recursos. Se refleja el compromiso de la asociación con la apertura informativa y la rendición de cuentas, factores que contribuyen al fortalecimiento de la confianza de los productores.

No obstante, los porcentajes de quienes “nunca” o “rara vez” acceden a la información financiera sugiere que existen debilidades en algunas asociaciones, las cuales pueden estar vinculadas a dificultades en los canales de comunicación o a la falta de solicitud de información por parte de los propios asociados.

## Figura 5

### *Frecuencia de atención a consultas sobre temas financieros*



En la Figura 5 se presentan los resultados de una pregunta de opción múltiple; el total no equivale al 100% porque se podía seleccionar más de una opción. De acuerdo con esto, se muestra la frecuencia con que personas directivas brindan atención a las consultas relacionadas a temas financieros por parte del asociado. El porcentaje más alto es “ocasionalmente” con un 44,44 %, posteriormente, las frecuencias “rara vez” y “frecuentemente” tiene un 22,22 % cada una y, por último, “muy frecuentemente” un 11,11 %. El hecho de que un grupo reducido de asociados realice consultas “muy frecuentemente”, sugiere que solamente algunos miembros mantienen contacto constante con los administrativos de la asociación, asimismo es posible que factores como nivel educativo, formación técnica y nivel de interés tengan influencia en la cantidad de consultas, ya que miembros con mayor comprensión pueden requerir menos atención por parte de personas directivas.

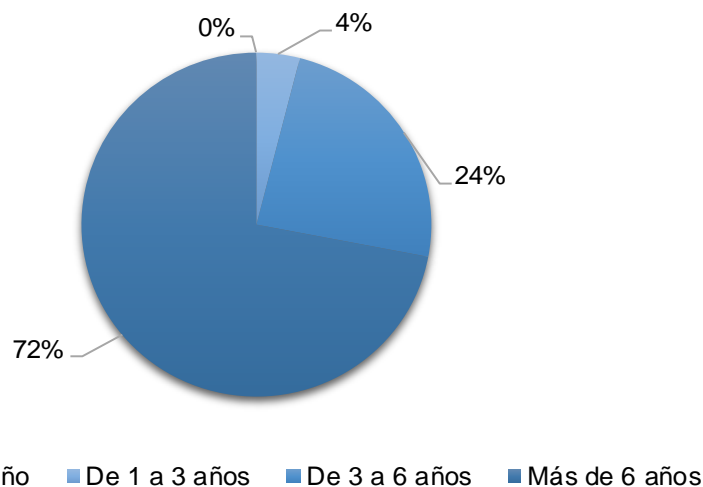
### **Prácticas de transparencia financiera y rendición de cuentas desde el punto de vista de personas asociadas de las asociaciones de productores de Pérez Zeledón**

En este apartado se presentan los resultados del análisis de los datos recolectados mediante el cuestionario aplicado a cien personas productoras pertenecientes a asociaciones

del cantón de Pérez Zeledón. El examen se centra en la perspectiva de las personas asociadas a partir de una diversidad de preguntas relacionadas con la transparencia financiera, la rendición de cuentas, las expectativas de las personas asociadas y la claridad de la información.

### Figura 6

*Años de formar parte de una asociación de productores*



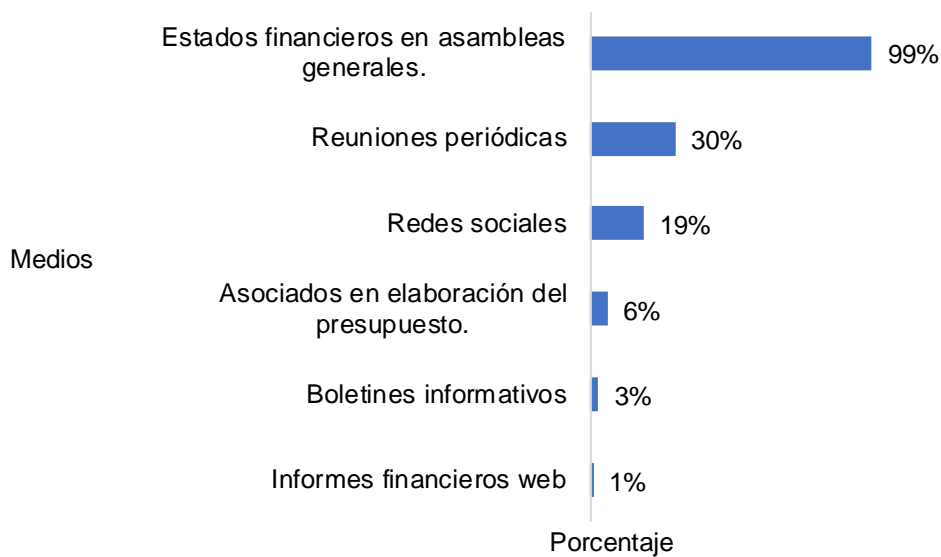
La Figura 6 muestra que el 72 % de los encuestados manifiestan que son asociados de organizaciones de productores desde hace más de 6 años, mientras que el 24 % pertenecen a una asociación por periodos de 3 a 6 años. Por tanto, la mayoría de los productores forman parte de las asociaciones por períodos iguales o superiores a 3 años. En este sentido, se evidencia que los productores cuentan con conocimientos básicos sobre la manera en que estas asociaciones son gestionadas y sobre las herramientas que los encargados emplean para asegurar una apropiada transparencia financiera, así como una eficiente rendición de cuentas, por cuanto la mayoría de los miembros de las organizaciones de productores son asociados durante varios periodos.

Adicional a lo anterior, se observa que solo el 4 % tiene de 1 a 3 años de ser asociado a dichas organizaciones y que, además, ninguna persona tiene menos de 1 año de ser asociado.

Se analiza que, con el pasar del tiempo ha disminuido la cantidad de agricultores miembros de una organización de productores, lo cual puede ser generado por mala reputación de estas asociaciones y que esté incidiendo de forma negativa en la confianza de las personas hacia la gestión que realizan.

### Figura 7

*Medios usados por las asociaciones de productores para garantizar la transparencia financiera durante el periodo 2020-2024*



En la Figura 7 se presentan los resultados a la pregunta *Medios usados por las asociaciones de productores para garantizar la transparencia financiera durante el periodo 2020-2024*, en la que las personas asociadas podían seleccionar más de una respuesta, por tanto, el total no representa un 100 %. Se evidencia que el 99 % de las personas asociadas consideran que las asociaciones de productores emplean la presentación de estados financieros en las asambleas generales para ejercer una adecuada transparencia financiera, reflejando que, casi la totalidad de las organizaciones hacen uso de esta herramienta. Asimismo, se muestra que solo el 30 % de estas organizaciones realizan reuniones periódicas con sus asociados.

Se observa en la Figura 7 que las personas asociadas señalan que las organizaciones emplean otras herramientas como las redes sociales, la participación de los productores en la elaboración del presupuesto, el envío de boletines informativos y la publicación de informes financieros en línea. Sin embargo, estos medios no alcanzan una proporción superior al 6 %.

En este sentido, es posible mencionar que las asociaciones de productores comunican información financiera hacia sus asociados, principalmente en las asambleas generales o en reuniones periódicas. Esto revela que la mayoría de estas organizaciones emplean métodos tradicionales para ejercer la transparencia financiera y que, por lo tanto, el uso de los medios digitales es bajo, lo cual evidencia que las asociaciones de productores afrontan un desafío importante en la implementación de herramientas tecnológicas que les permita fortalecer sus procesos de transparencia financiera.

## **Tabla 12**

### *Interés de la asociación sobre la transparencia financiera y la rendición de cuentas*

Nivel de interés	Promedio
Muy bajo	1%
Bajo	0%
Medio	28%
Alto	61%
Muy alto	10%

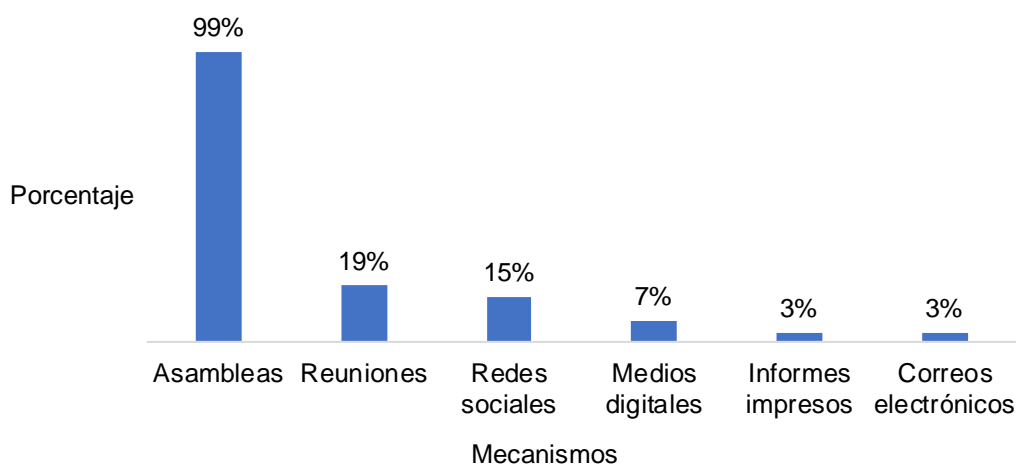
De acuerdo con la tabla 12 se puede evidenciar que el 61 % de las personas asociadas indican que el nivel de interés de las asociaciones de productores respecto a la transparencia y rendición de cuentas es alto, mientras que el 10% considera que el grado de interés es muy alto y el 28 % de los encuestados percibe que el interés que estas organizaciones le otorgan a dichos aspectos es medio.

Aunque un porcentaje significativo de asociados perciben que el interés que las asociaciones le brindan a la transparencia financiera y la rendición de cuentas es alto, se

analiza que solo una cantidad muy pequeña de personas perciben que el valor otorgado es muy alto, así como que una proporción importante considera que el valor brindado es medio. Por esto, se interpreta que el interés de las asociaciones respecto a los aspectos relacionados con la transparencia financiera y la rendición de cuentas no es el adecuado porque la percepción que tienen las personas asociadas respecto al nivel de relevancia resulta desfavorable, lo cual es negativo porque puede disminuir la confianza que estas personas tienen sobre la gestión realizada por los encargados de dirigir las operaciones de las organizaciones de productores.

### Figura 8

*Mecanismos de rendición de cuentas empleados por las asociaciones*



En la Figura 8 se presentan los resultados a la pregunta *Mecanismos de rendición de cuentas empleados por las asociaciones de productores*; donde al permitir seleccionar más de una respuesta, el total supera el 100 %. Según esto, el 99 % de las organizaciones de productores rinden cuentas de la gestión realizada mediante las asambleas. Las reuniones y las redes sociales también son empleadas por las asociaciones de productores, sin embargo, no son utilizados en gran proporción, pues solo el 19 % emplean las reuniones y solo el 15 % hacen uso de las redes sociales. Los medios digitales, los informes impresos y los correos

electrónicos son usados por muy pocas asociaciones de productores, debido a que ninguno supera el 7 %.

Se evidencia que el principal mecanismo de rendición de cuentas empleado por las asociaciones de productores corresponde a las asambleas, seguido de las reuniones, no obstante, estas últimas no son utilizadas en gran proporción. Esto conduce a deducir que las asociaciones de productores, por lo general, no hacen uso de medios digitales para informar a las personas asociadas acerca de la gestión realizada, lo cual demuestra que existe un desafío importante referente a la digitalización para mejorar sus procesos de rendición de cuentas de manera que las personas asociadas puedan adquirir un mejor conocimiento de la gestión realizada.

### **Tabla 13**

*Grado de satisfacción respecto a las prácticas de rendición de cuentas empleadas por las asociaciones de productores*

Grado de satisfacción	Promedio
Muy insatisfecho	0%
Insatisfecho	4%
Indiferente	8%
Satisfecho	76%
Muy satisfecho	12%

La Tabla 13 refleja que el 76 % de los productores están satisfechos con los mecanismos de rendición de cuentas empleados por las asociaciones, mientras que solo el 12 % se encuentran muy satisfechos. El 8 % de las personas asociadas no tiene una perspectiva ni positiva ni negativa de las prácticas de rendición de cuentas ejercidas por las asociaciones de productores y el 4 % están insatisfechos.

Con respecto a ello, a pesar de que el porcentaje de asociados que están satisfechos con las prácticas de rendición de cuentas es alto, la baja proporción de productores que están

muy satisfechos con estos mecanismos muestra que estos procesos poseen aspectos de mejora y aunque los porcentajes de las personas que son indiferentes a las prácticas de rendición de cuentas, así como de las que se encuentran insatisfechas son bajos, ayudan a reforzar la percepción de que es necesario que las organizaciones de productores mejoren el proceso de rendición de cuentas para poder aumentar el nivel de satisfacción que los productores presentan con respecto a estos elementos.

### Figura 9

*Expectativas de las personas asociadas en lo que respecta a gestión financiera*



En la Figura 9 se muestran los resultados de la pregunta *Expectativas de las personas asociadas en lo que respecta a gestión financiera*, los totales exceden el 100 % porque las personas asociadas podían seleccionar más de una respuesta. Al respecto, se observa que el 67 % de los productores tiene como expectativa la obtención de mayores beneficios económicos, mientras que el 60 % indica que esperan una gestión adecuada de la asociación y el 55 % espera que la toma de decisiones financieras sea realizada con transparencia. La confianza en personas directivas tiene un 48 %, el recibir información sobre el uso de dinero un 41 % y la mayor rentabilidad económica de la asociación un 21 %.

Es importante indicar el hecho de que la obtención de mayores beneficios económicos sea la principal expectativa de las personas asociadas porque se observa que este aspecto es ligeramente más importante para los productores que la transparencia en la toma de decisiones, así como que la recepción de información sobre el uso que se le da al dinero. Sin embargo, se debe resaltar que, aunque los productores de las asociaciones le otorgan una menor importancia al hecho de que las organizaciones realicen un adecuado proceso de rendición de cuentas y de transparencia que al rendimiento económico que les puedan brindar, la diferencia en el grado de interés no es elevada, porque presentan porcentajes similares. Además, se observa una contradicción porque, aunque la principal expectativa de los productores es la obtención de mayores beneficios económicos, el aspecto que consideran menos relevante es la generación de mayor rentabilidad para las asociaciones, pero el aumento de utilidad es lo que permite que las personas asociadas perciban mayores ganancias, no obstante, cabe recalcar que esto puede ser generado por la falta de conocimiento por parte de las personas asociadas sobre lo que conlleva el término de rentabilidad.

**Tabla 14**

*Grado de satisfacción de las personas asociadas en lo que respecta al cumplimiento de sus expectativas*

Grado de satisfacción	Promedio
Muy insatisfecho	1%
Insatisfecho	2%
Indiferente	15%
Satisfecho	73%
Muy satisfecho	9%

De acuerdo con la Tabla 14, se evidencia que el 73 % de los productores se encuentran conformes con el cumplimiento de las expectativas, mientras que solo el 9 % están muy

satisfechos y el 15 % de las personas asociadas no tienen una percepción positiva ni negativa del cumplimiento de dichas expectativas.

Por tanto, si bien el porcentaje de personas que consideran que las asociaciones de productores logran satisfacer las expectativas que poseen sobre la gestión financiera de la organización es elevado, solo una pequeña proporción se encuentra muy satisfecha con el cumplimiento de estas, lo cual no es positivo porque muestra que la asociación tiene que realizar mejoras para lograr que una mayor cantidad de productores perciban que la organización cumple plenamente con las expectativas que poseen. Además, aunque el porcentaje de personas que son indiferentes a este aspecto no es elevado, si permite analizar que algunas de las expectativas de las personas asociadas no se cumplen de manera adecuada y que, esto puede ocurrir por falta de conocimiento de lo que esperan los productores, por ende, es importante que estas asociaciones se enfoquen conocer los aspectos que desean recibir o percibir sus asociados, así como en cumplir dichas expectativas.

### **Tabla 15**

#### *Nivel de integridad del equipo directivo de las asociaciones de productores*

Nivel de integridad	Promedio
Muy bajo	1%
Bajo	1%
Medio	28%
Alto	57%
Muy alto	13%

En la Tabla 15 se presenta la percepción de las personas asociadas respecto al nivel de integridad del equipo directivo de las asociaciones de productores, los datos indican que un 70 %, se posiciona en las opciones de “alto” y “muy alto” evidenciando una valoración favorable hacia la conducta ética. Asimismo, un 30 % eligen las respuestas de “medio”, “bajo” y “muy bajo”, lo que indica que persisten ciertos niveles de desconfianza o duda en la gestión ética

dentro de algunas asociaciones. A pesar de esto, el que las respuestas en su mayoría sean positivas lo hace importante porque la manera en que las personas asociadas califican el grado de integridad de personas directivas en la gestión financiera va asociado a la confianza en los mismos. Además, estos son aspectos que pueden influenciar directamente su percepción durante el proceso de transparencia y rendición de cuentas.

**Tabla 16**

*Nivel de responsabilidad financiera de las asociaciones de productores*

Nivel de responsabilidad	Promedio
Muy bajo	0%
Bajo	1%
Medio	14%
Alto	75%
Muy alto	10%

De acuerdo con la Tabla 16, se evidencian los niveles de responsabilidad financiera percibidos por las personas asociadas, el 85 % de los productores encuestados consideran que el nivel de responsabilidad ejercido por las asociaciones de productores en lo que respecta al manejo financiero es “alto” y “muy alto”. De igual forma, se observa que el 14 % de los productores indica que el nivel de responsabilidad en su gestión es “medio”, la presencia de este porcentaje a pesar de ser reducido es un punto relevante que debe ser tomado en cuenta por las asociaciones. Por tanto, se evidencia una valoración mayormente positiva destacando la confianza de las personas asociadas en la administración de los recursos, estos resultados muestran que los mecanismos usados por las asociaciones contribuyen a fortalecer la credibilidad, que es un elemento fundamental para la sostenibilidad de las organizaciones.

**Tabla 17***Grado de satisfacción respecto a la claridad de la información*

Grado de satisfacción	Promedio
Muy insatisfecho	0%
Insatisfecho	3%
Indiferente	18%
Satisfecho	66%
Muy satisfecho	13%

En la Tabla 17 se aborda el grado de satisfacción que poseen las personas asociadas respecto a la claridad con que la asociación brinda información, en una escala que se representa desde “muy satisfecho” a “muy insatisfecho”, se observa que las respuestas son positivas para las asociaciones con un 66 % en la casilla de “satisfecho” y un 13 % en la casilla de “muy satisfecho”, es decir que, en conjunto, alcanzan el 79 % del total de encuestados. En contraste, un 18% se mantienen “indiferentes”, mientras que sólo un 3 % indica estar “insatisfecho”. En general, los productores poseen una perspectiva favorable hacia las asociaciones al ser estos efectivos en la claridad de información, contribuyendo a las buenas prácticas de comunicación, así como de transparencia. No obstante, se observa la necesidad de continuar fortaleciendo este aspecto para mantener o elevar los niveles de satisfacción alcanzados.

**Tabla 18**

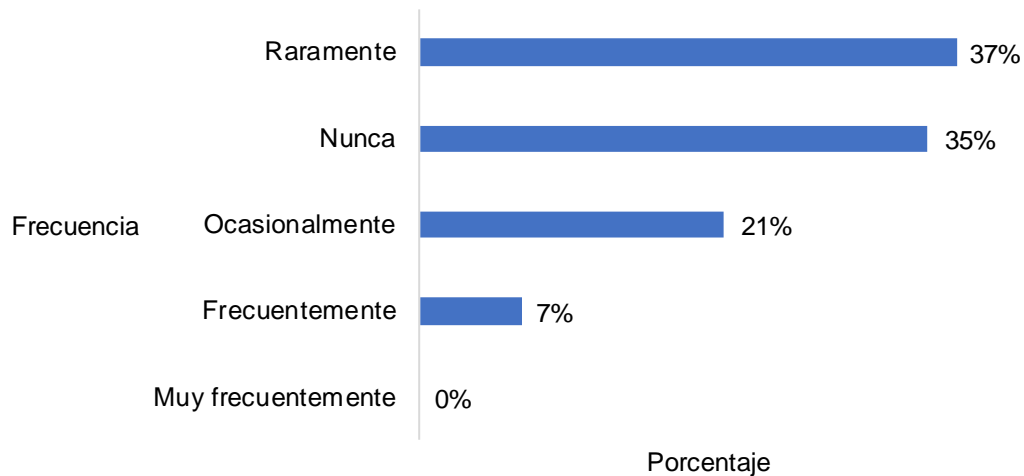
*Nivel de satisfacción respecto al conocimiento de los encargados de las asociaciones en gestión financiera*

Grado de satisfacción	Promedio
Muy insatisfecho	0%
Insatisfecho	0%
Indiferente	10%
Satisfecho	80%
Muy satisfecho	10%

De acuerdo con la Tabla 18, se observa el nivel de satisfacción de las personas asociadas con respecto al conocimiento que poseen los encargados de las asociaciones en temas de gestión financiera, por lo cual, se analiza que en conjunto un 90 % de respuestas son mayormente positivas y solo un 10 % son indiferentes en su respuesta, por tanto, este porcentaje no posee una perspectiva ni positiva ni negativa del conocimiento que los encargados poseen en gestión financiera. Esto puede vincularse a que los productores no tienen una percepción clara o falta de contacto directo con los procesos internos que realizan personas directivas. Los miembros de las asociaciones esperan por parte de las juntas directivas un correcto manejo financiero y gestión de los recursos más eficiente, por lo que se puede decir que el conocimiento de las personas a cargo de la asociación puede provenir de diversas fuentes: estudios académicos, experiencia laboral, participación comunitaria y experiencia empírica adquirida a lo largo de los años.

## Figura 10

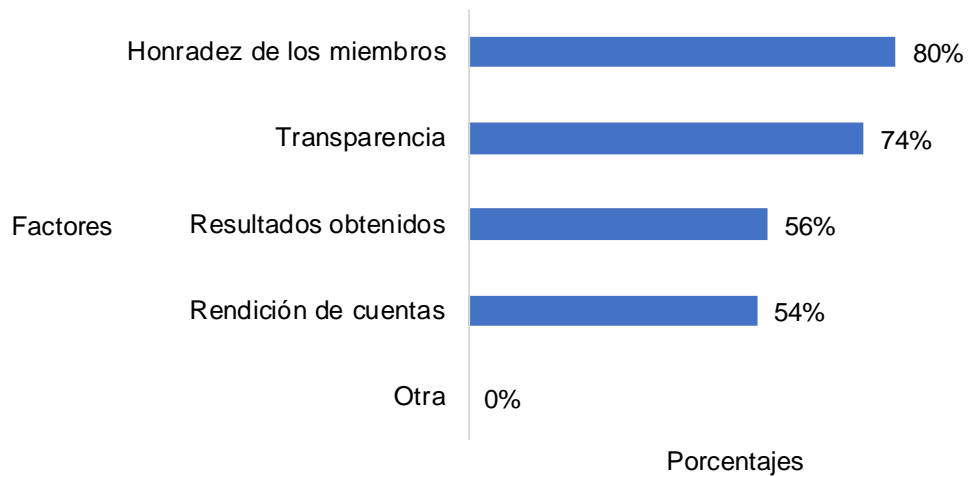
*Frecuencia de realización de consultas sobre gestión financiera a las asociaciones de productores*



Conforme a la Figura 10, las respuestas de las personas asociadas sobre la frecuencia con que realizan acciones para verificar la gestión financiera elaborada por las asociaciones de productores es la adecuada, se observa que en su mayoría contestan “raramente” o “nunca”, representando en conjunto un 72 %. No obstante, el 21 % de las personas asociadas realizan consultas a las asociaciones de productores de manera ocasional, lo cual es importante porque en conjunto con el porcentaje de respuesta “frecuente” alcanzan aproximadamente un 30 %. Estos resultados reflejan una baja verificación lo que sugiere un nivel limitado de participación en los procesos administrativos y gestión financiera. En términos generales, los resultados sugieren una necesidad de fomentar regularmente mecanismos de comunicación más efectivos dirigidos a personas asociadas.

### **Figura 11**

*Factores que inciden en el nivel de confianza de las personas asociadas*



De acuerdo con los datos de la Figura 11, se debe tomar en consideración que cada asociado podía elegir tres opciones de interés, por tanto, la suma total excede el 100 %. Según esto, el principal factor que incide en el nivel de confianza que poseen las personas asociadas en la gestión financiera es la honradez del equipo directivo que representa un 80 % del total de personas encuestadas. Por otra parte, la transparencia obtiene el segundo lugar con un 74 %, mientras que los factores de “resultados obtenidos” y “rendición de cuentas” registran un 56 % y un 54 %, respectivamente.

Estos resultados evidencian que la honradez de los miembros en la junta directiva es el aspecto que mayor influencia posee en la confianza de las personas asociadas, ya que este valor ético forma un vínculo de intimidad importante en los miembros que la constituyen, de igual manera ayuda en una correcta toma de decisiones. Esta alta valoración por parte de los miembros muestra que lo perciben como un atributo esencial para garantizar la gestión justa, así como la transparencia, resultados obtenidos y la rendición de cuentas, también influyen de manera importante en el grado de confianza de los productores.

**Tabla 19**

*Grado de acuerdo/desacuerdo respecto a diversas prácticas de transparencia financiera y rendición de cuentas*

Afirmaciones	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
La asociación ha brindado apoyo para mejorar la situación de sus asociados.	1%	3%	15%	66%	15%
Se percibe un interés por parte de la asociación para conocer las expectativas de sus asociados.	1%	6%	41%	40%	12%
La asociación posee herramientas para brindar la información relevante.	0%	6%	47%	37%	10%

En la Tabla 19 se muestra el nivel de acuerdo y desacuerdo de las personas asociadas respecto a las diversas prácticas de transparencia financiera y rendición de cuentas que realizan las asociaciones para obtener confianza de sus asociados, con el fin de reflejar la opinión de los productores. Con base en lo anterior, en la primera afirmación la mayoría brindan respuestas positivas, el 81 % de los encuestados (combinando 66 % de acuerdo y 15 % totalmente de acuerdo) indican que la asociación les brinda apoyo siendo una percepción positiva al fortalecimiento de sus miembros. En la siguiente afirmación: “se percibe un interés por parte de la asociación para conocer las expectativas de sus asociados”, estos muestran en un 52 % de respuestas positivas, además, se observa que el 41 % poseen una percepción neutral, por tanto, se puede indicar que los miembros no perciben claramente que la asociación tenga un interés en conocer sus expectativas. Por último, la mayor respuesta en cuanto a las herramientas que utiliza la asociación para dar información es “ni de acuerdo ni en desacuerdo” con un 47 %, es decir que, las personas asociadas poseen una perspectiva neutral de estas herramientas que emplean las asociaciones, sin embargo, las percepciones positivas también representan el 47 %. La elevada proporción de respuestas neutras puede indicar que los miembros desconocen dichas herramientas o falta de acceso a estas.

**Tabla 20**

*Grado de satisfacción respecto a diferentes aspectos relacionadas con la información financiera brindada por las asociaciones de productores*

Afirmaciones	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Indiferente	Satisfecho	Muy satisfecho
Relevancia de la información financiera para dar seguimiento a la gestión financiera realizada.	0%	3%	17%	66%	14%
Cantidad de la información financiera.	0%	11%	39%	40%	10%
Facilidad de comprensión de la información financiera.	0%	5%	37%	45%	13%
Calidad de la información financiera.	0%	6%	39%	44%	11%

Como se puede observar en la Tabla 20, se señalan cuatro afirmaciones que son evaluadas por medio de una escala de medición que va desde “muy insatisfecho” hasta “muy satisfecho”. En la primera afirmación, que respecta a relevancia de la información financiera y seguimiento de la gestión, el 66 % indica que se encuentran satisfechos, el 14 % que están muy satisfechos y el 17 % posee una percepción neutral. Este resultado evidencia que la información proporcionada por parte de la asociación es útil para sus asociados.

En la siguiente afirmación “cantidad de la información financiera”, el conjunto de 50 % (40 % satisfechos y 10 % muy satisfechos) de los encuestados poseen opinión positiva en cuanto a la cantidad de información que reciben. Sin embargo, el 39 % es indiferente y un 11 % manifiesta cierto grado de insatisfacción. Estos resultados indican que existe un sector que percibe debilidades en la cantidad de información financiera que reciben.

Asimismo, la afirmación “facilidad de comprensión de la información financiera”, el 45 % indica que se encuentran satisfechos y el 13 % que están muy satisfechos. No obstante, aunque estas dos perspectivas positivas en conjunto superan el 50 %, es importante señalar

que el 37 % no tiene una percepción positiva ni negativa. Estos datos resaltan que, aunque la mayoría de los miembros de las asociaciones considera que los informes son comprensibles, al haber porcentajes elevados con respuestas neutrales y negativas se sugiere que puede haber mejoras en la claridad de la información que se presenta en los documentos financieros.

Por último, se puede indicar que la calidad de información financiera que obtienen las personas asociadas es adecuada, puesto que el 44 % indica que se encuentran satisfechos y el 11 % que están muy satisfechos con este aspecto, por tanto, más del 50 % tiene una perspectiva positiva de la calidad de la información financiera brindada por las asociaciones, sin embargo, es importante destacar que el 39 % de los encuestados se muestran indiferentes, por ende, se analiza que es importante que las organizaciones consideren posibles ajustes de mejora en la presentación de la información financiera.

### **Diferencias identificadas entre el cuestionario aplicado a directivos y el cuestionario aplicado a asociados de las asociaciones de productores de Pérez Zeledón**

En este apartado se presenta una comparación de los resultados con el propósito de vincular las respuestas de las personas directivas y de las personas asociadas de las asociaciones de productores, a fin de analizar aquellos aspectos percibidos de manera diferente por las partes involucradas y ofrecer una visión más clara de algunos elementos relevantes de la investigación.

### **Frecuencia de consultas sobre gestión financiera**

La comparación en la frecuencia de consultas evidencia una brecha de percepción de la participación la cual tiene un efecto directo en la confianza y el crecimiento. Existe una diferencia de 23 puntos porcentuales en la percepción de consultas ocasionales porque el 44 % de las organizaciones asegura atender estas consultas de manera ocasional, mientras que solo el 21 % de las personas productoras realizan dichas preguntas ocasionalmente. Esta disparidad sugiere que las organizaciones sobreestiman la demanda de información, lo que puede llevar a

un exceso de confianza en la gestión de la transparencia. El contraste es más marcado al notar que el 35% de los asociados nunca realiza preguntas, a pesar de que las organizaciones afirman siempre atenderlas.

Respecto al efecto en la confianza se evidencia una discrepancia, pues la alta inactividad de los asociados puede reflejar la percepción de que los canales de consulta no son efectivos, accesibles o transparentes, desmotivando la participación. La organización cree que es accesible, pero el asociado no siente la motivación o la necesidad de interactuar. Esta falta de participación, condicionada por la brecha de percepción, es un factor clave que explica por qué la confianza se mantiene en los asociados actuales, pero no aumenta con nuevos miembros.

### **Importancia brindada por las asociaciones de productores a las expectativas de las personas asociadas**

La evaluación de la importancia otorgada a las expectativas revela una disparidad que diluye el efecto de las buenas intenciones de la administración. La principal diferencia es que el 67 % de las asociaciones considera alto su interés por satisfacer las expectativas de las personas productoras; no obstante, aunque las perspectivas positivas por parte de los encuestados superan el 50 %, se observa que un 40 % no posee una visión ni positiva ni negativa y que un 7 % mantiene una percepción desfavorable.

Este amplio porcentaje de neutralidad indica una falta de alineación de prioridades; los directivos pueden estar realizando esfuerzos, pero no logran traducir ese interés en una percepción tangible que impacte en el asociado. Si los productores no perciben que sus expectativas son una prioridad genuina, los esfuerzos en transparencia se perciben como solo un cumplimiento formal, que debilita el sentido de pertenencia y la motivación para aportar, lo cual es un factor crítico en el crecimiento organizacional.

## **Claridad de la información financiera**

La comparación de la percepción sobre la claridad expone la desigualdad de la comprensión técnica, lo que anula la efectividad de la transparencia. El 100% de los directivos afirma que la información financiera que brindan es clara, optimismo que contrasta con el 21% de los asociados que no está plenamente satisfecho debido a que un 18 % no está ni satisfecho ni insatisfecho con este aspecto y un 3 % de las personas productoras estima que la información financiera que reciben no es clara.

La autopercepción del 100% en la claridad demuestra insensibilidad o desconocimiento por parte de los directivos hacia las diferencias de edad o nivel educativo dentro de la membresía, las cuales inciden en la interpretación de los datos complejos. Esta brecha de percepción es la causa principal de la limitación del efecto positivo de las prácticas; cuando un asociado no comprende la información financiera, la transparencia se traduce en confusión o incertidumbre. La falta de claridad reduce la confianza, la participación y la capacidad del asociado para ejercer su rol de fiscalización. Esta discrepancia explica por qué, a pesar de la buena voluntad de los directivos, la confianza no genera un aumento en la participación ni en la atracción de nuevos miembros.

## **Cumplimiento de transparencia financiera**

La disparidad de percepciones evidenciada en el cumplimiento de la transparencia financiera establece una relación directa y crítica entre la limitada participación de la membresía y la necesidad de mayor accesibilidad, así como de la constancia de la información para consolidar la legitimidad del equipo directivo. Existe una notable asimetría en la autoevaluación: únicamente el 10 % de las personas productoras se manifiesta muy satisfecha con el cumplimiento de la transparencia financiera, en tanto que el 22 % de las personas directivas estima muy alto su nivel de interés en este aspecto. Esta brecha del 12% indica que la directiva de las asociaciones tiene una visión más optimista y menos crítica de sus prácticas que la base

social. Si el equipo directivo se siente "muy satisfecho" con sus esfuerzos, puede no percibir la urgencia de invertir en nuevas herramientas digitales o en formatos más claros. Esta falta de interés, a su vez, desmejora la legitimidad directiva, ya que la base de asociados, que es más reservada en su valoración, no recibe la evidencia constante y accesible que justifique esa auto calificación de "muy alto cumplimiento".

Es notable que sólo un 1% de los asociados se declare muy insatisfecho (la crítica más fuerte), mientras que un 11% de los directivos reconoce que el nivel de cumplimiento es muy bajo. La baja tasa de crítica entre los asociados no debe interpretarse como plena satisfacción, sino como resignación o baja expectativa. Si el asociado no participa activamente en la verificación de la gestión financiera (como se demostró en secciones anteriores), es menos propenso a identificar y reportar fallas graves (1% insatisfecho).

Para fortalecer la legitimidad del equipo directivo, las asociaciones deben transformar su interés interno (reconocido por el 11% de directivos insatisfechos) en transparencia proactiva y constante. La participación limitada de los asociados sólo puede ser contrarrestada con mayor accesibilidad y constancia de la información. Cuando la información financiera está disponible en todo momento y en formatos sencillos, se reduce la necesidad de la consulta directa y se empodera al asociado para fiscalizar. De esta forma, el equipo directivo demuestra su compromiso de manera tangible, cerrando la brecha de autoevaluación y consolidando su legitimidad al convertir la buena intención en evidencia pública.

## **Capítulo V: Conclusiones y recomendaciones**

En el siguiente apartado se presentan las conclusiones del estudio a partir de los resultados del análisis e interpretación, en relación directa con los objetivos de la investigación. Asimismo, se formulan recomendaciones para mejorar la gestión financiera de las asociaciones mediante la implementación de acciones orientadas a fortalecer la transparencia financiera y la rendición de cuentas.

### **Conclusiones**

La investigación concluye que las prácticas de transparencia financiera y de rendición de cuentas implementadas por las asociaciones de productores han tenido un efecto elevado en el nivel de confianza de los *stakeholders*. El análisis de los hallazgos muestra que la percepción de honradez de las personas directivas, así como el uso de mecanismos formales, como asambleas e informes contables, constituyen pilares de la confianza, lo que valida que estas herramientas sean consideradas por la mayoría de las personas afiliadas como pertinentes y eficaces para la divulgación de resultados financieros. Sin embargo, este efecto positivo está condicionado y limitado por las siguientes áreas de mejora: existe una dependencia casi exclusiva de estos métodos tradicionales para la comunicación financiera lo cual supone un desaprovechamiento de plataformas digitales y otros recursos electrónicos, por ejemplo, boletines, correos o informes en línea. Esta práctica reduce la frecuencia y la accesibilidad de la información constituyendo el principal punto de insatisfacción de los asociados, quienes señalan la necesidad de mejorar los instrumentos utilizados. Si bien las asociaciones han mantenido la lealtad de sus miembros, la baja o nula captación de nuevos afiliados durante el periodo de estudio sugiere un déficit de legitimidad externa. Este factor se agrava por el desinterés de algunos productores en verificar la gestión financiera, lo que se asocia a la insuficiencia de información accesible y constante necesaria para fortalecer la credibilidad del equipo directivo y propiciar el crecimiento.

El análisis de las expectativas y percepciones de los *stakeholders* determina que existen diferencias en el grado de satisfacción entre personas asociadas de distintas organizaciones, posiblemente vinculadas con el nivel de conocimiento financiero de quienes dirigen las asociaciones y con la frecuencia con que las propias personas asociadas realizan verificaciones de los procesos de gestión financiera. Por un lado, las personas responsables de la conducción institucional demuestran contar con conocimiento financiero, lo que genera confianza en la administración y en su capacidad técnica; por otro, se evidencia una participación limitada de la membresía en la verificación de dichos procesos. Si bien para las personas asociadas resulta importante que las prácticas financieras sean claras y confiables, se identifican brechas en la participación responsable que podrían asociarse a la necesidad de disponer de más espacios para la promoción regular de la rendición de cuentas.

Las prácticas de transparencia y rendición de cuentas realizadas por las asociaciones de productores durante el periodo, según la opinión de los *stakeholders*, inciden de forma significativa en la confianza. El cumplimiento de la celebración de asambleas anuales, la realización de sesiones periódicas y el uso de canales digitales en algunas asociaciones, fortalecen tanto la participación como la accesibilidad a la información; del mismo modo, la claridad y la frecuencia de la divulgación reducen la brecha informativa y mejoran la valoración de la gestión organizacional, sin embargo, las asociaciones presentan variaciones en sus prácticas, lo que evidencia la necesidad de estandarización y la incorporación de la digitalización. El nivel de satisfacción con la claridad de la información se ve influido por la facilidad de comprensión de los datos. Esto subraya el reto de adaptar los formatos de presentación para superar las barreras técnicas y educativas, garantizando que la transparencia sea una realidad comprensible para toda la membresía.

El nivel de satisfacción de las personas asociadas respecto de la información recibida se ve influido por aspectos como la presentación de los informes, la calidad de los datos proporcionados y la facilidad de comprensión para quienes los reciben. De acuerdo con los

resultados, existe un alto nivel de conformidad en la mayoría de las personas asociadas; sin embargo, persisten oportunidades de mejora en aquellas organizaciones que no emplean de manera eficaz las prácticas de transparencia y rendición de cuentas, así como en la incorporación de la digitalización como mecanismo para la divulgación de la información financiera de las asociaciones.

Durante el periodo en estudio, las prácticas de transparencia financiera utilizadas por las asociaciones de productores han tenido un efecto positivo, pues los *stakeholders* manifiestan confianza en los procesos de rendición de cuentas, elemento clave para que las organizaciones inviertan en la mejora continua de esta labor. Estas prácticas propician que las personas productoras perciban interés por parte de la asociación en conocer sus expectativas; sin embargo, este esfuerzo se ve condicionado por las herramientas de que disponen las asociaciones para brindar información financiera relevante, ya que la mayoría de las personas asociadas señala la necesidad de mejorar los instrumentos utilizados.

Si bien los *stakeholders* perciben que las asociaciones de productores otorgan gran importancia tanto a la transparencia financiera como a la rendición de cuentas, persiste una brecha entre la relevancia declarada y las acciones implementadas. Solo un pequeño porcentaje de estas organizaciones utilizan herramientas digitales, lo que afecta de forma directa la cantidad de información financiera que reciben las personas asociadas y constituye su principal punto de insatisfacción, tanto por la insuficiencia del volumen de datos proporcionados como por la baja frecuencia de su divulgación.

El cumplimiento de los procesos formales fortalece la participación y la accesibilidad; no obstante, la falta de frecuencia y claridad reduce la capacidad del asociado para ejercer su rol fiscalizador, lo que limita el efecto positivo de las prácticas y el crecimiento sostenido de la base asociativa. De ello se desprenden retos en la adopción de herramientas tecnológicas: la implementación de medios digitales resulta fundamental no sólo para optimizar los procesos,

sino también para satisfacer la necesidad de las personas productoras de recibir más información financiera.

Las asociaciones de productores presentan diferencias en sus prácticas de transparencia y rendición de cuentas, especialmente en lo relativo a la claridad, la frecuencia y la accesibilidad de la información financiera. En cuanto a la claridad, el empleo de formatos diversos, desde documentos impresos hasta redes sociales con material audiovisual, favorece la comprensión, aunque su aplicación no es uniforme. El nivel de detalle y la contratación de servicios profesionales de contabilidad, junto con auditorías externas en algunos casos, fortalecen la credibilidad; no obstante, no todas las asociaciones realizan estas fiscalizaciones.

La frecuencia de divulgación de informes oficiales se concentra, de manera general, en la asamblea anual, aunque muchas asociaciones celebran reuniones periódicas para comunicar movimientos financieros y adoptar decisiones. Existen espacios de accesibilidad mediante canales presenciales, digitales y físicos, lo que diversifica las vías de comunicación, incluso así, se identifica una brecha de percepción entre la directiva y los asociados, pues los directivos perciben un alto interés y una gestión satisfactoria de la transparencia, mientras que los asociados, si bien manifiestan niveles mayoritariamente positivos de integridad y compromiso, demandan mayor cantidad y detalle de la información proporcionada. Esta discrepancia es más evidente en organizaciones que carecen de uniformidad en sus prácticas de claridad, frecuencia y accesibilidad.

El análisis de las expectativas y percepciones de las personas asociadas evidencia que los niveles de integridad, responsabilidad y satisfacción con la claridad de la información se encuentran interrelacionados. Los resultados muestran niveles mayoritariamente positivos de integridad, lo que indica que los grupos de interés consideran que el equipo directivo mantiene un estándar razonable, si bien este aspecto sigue siendo objeto de mejora continua. En cuanto a la responsabilidad ejercida, las personas asociadas valoran positivamente el compromiso demostrado en la gestión financiera; respecto de la satisfacción con la claridad de la

información en la rendición de cuentas, la valoración es favorable. En síntesis, la percepción de las personas asociadas hacia el comportamiento de sus liderazgos y hacia las expectativas en materia de transparencia financiera es positiva. Sin embargo, este resultado favorable se ve condicionado por brechas en la comunicación, identificando áreas de mejora.

De acuerdo con el análisis realizado, puede concluirse que las asociaciones otorgan un nivel satisfactorio de importancia a la información financiera y a su debida gestión, tal como lo percibe la mayoría de los *stakeholders*. Esto sugiere que, en la asamblea general, se aprovecha la información brindada por la persona profesional en contabilidad y por el equipo directivo. No obstante, los grupos de interés identifican oportunidades de mejora en la cantidad de información proporcionada y en la facilidad de su comprensión, aspectos que las organizaciones deberían reforzar.

## Recomendaciones

Con fundamento en los hallazgos relevantes de esta investigación y con la intención de aportar a las asociaciones de productores, se formulan propuestas orientadas a fortalecer la legitimidad y la confianza de los *stakeholders*, así como a optimizar las prácticas de transparencia financiera y rendición de cuentas, promoviendo un ambiente de participación y de acceso oportuno a la información.

Se sugiere implementar un sistema claro y accesible para la divulgación de informes financieros en distintos formatos y canales, adaptado a las preferencias tecnológicas y de acceso de las personas asociadas, a fin de asegurar una comunicación inclusiva. Resulta pertinente considerar la publicación en línea de informes trimestrales y de boletines mediante herramientas como Google Drive, Trello, Google Data Studio o el correo electrónico, que permiten compartir documentos de forma segura y organizada, favoreciendo el acceso oportuno a la información. Para facilitar la comprensión de los informes financieros, se recomienda el uso de recursos visuales, infografías, presentaciones, gráficos y documentos con resúmenes de partidas de ingresos y gastos, que ofrezcan mayor claridad y completitud.

Asimismo, se recomienda promover procesos de capacitación dirigidos a los liderazgos de las asociaciones de productores en temas de transparencia financiera y rendición de cuentas, a través de programas adaptados a los niveles educativos de cada asociación y a los distintos roles, con el objetivo de reducir brechas de desconocimiento que, en algunos casos, generan errores o interpretaciones inadecuadas de la información y de la gestión financiera, al tiempo que se fomenta una cultura organizacional apropiada. En este marco, resulta aconsejable propiciar un ambiente de diálogo mediante la ejecución de un cronograma semestral de sesiones participativas como estrategia de acercamiento a las personas asociadas y de mayor regularidad en la entrega de información financiera, en complemento de las asambleas generales. Dichas sesiones pueden incluir foros o espacios temáticos con grupos

reducidos, tanto presenciales como virtuales, que habiliten canales formales para la recepción de consultas, observaciones y sugerencias sobre la gestión.

De igual forma, se propone la puesta en marcha de un sistema de gestión de expectativas para comprender mejor las necesidades de los *stakeholders* y responder de manera efectiva a sus inquietudes. Este sistema debe definir objetivos claros, métodos de recolección de información (encuestas, entrevistas y buzones de sugerencias), procedimientos de análisis acordes con el contexto de cada asociación y recursos disponibles que permitan identificar las expectativas y el nivel de satisfacción de la membresía. Los resultados de dichas evaluaciones pueden analizarse mediante la herramienta FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) y presentarse en las asambleas con el propósito de promover una cultura de mejora de la gestión.

También se recomienda desarrollar capacitaciones periódicas sobre temas básicos de contabilidad (lectura e interpretación de estados financieros), considerando modalidades presenciales y virtuales e incorporando técnicas prácticas, tales como talleres, ejercicios interactivos, simulaciones financieras y análisis de casos reales de las asociaciones. Estas acciones facilitan la participación de las personas asociadas en la toma de decisiones y, a la vez, incrementan la confianza en la gestión realizada.

Paralelamente, conviene fortalecer los procesos de comunicación externa con el fin de aumentar la confianza de personas productoras no asociadas y de la comunidad en general, lo que podría contribuir tanto al incremento de la afiliación como al crecimiento institucional. Para ello, pueden implementarse campañas dirigidas específicamente a quienes aún no forman parte de las asociaciones, en las que se expongan los beneficios de la afiliación respaldados con datos verificables; la realización de reuniones comunitarias para informar sobre proyectos ejecutados; y la publicación de informes por diversos canales, redes sociales, grupos en WhatsApp o correo electrónico, que permitan a las personas no asociadas conocer la gestión realizada.

Finalmente, se recomienda avanzar en un proceso progresivo de adaptación tecnológica mediante la creación de un espacio digital sencillo, diseñado conforme a las necesidades de cada asociación y a las preferencias de las personas productoras. El propósito de este entorno es mantener informada a la membresía sobre la gestión y los proyectos en ejecución. Este espacio puede operarse a través de plataformas de uso extendido, por ejemplo, un grupo de WhatsApp que incluya a todas las personas asociadas, desde donde compartan videos, cronogramas, fotografías, actualizaciones, infografías y otros materiales informativos sobre el acontecer de la asociación y sus proyectos. Esta estrategia no solo incrementa el uso de medios digitales, sino que también potencia la participación de las partes interesadas y refuerza la confianza de las personas productoras.

## Referencias

- Acevedo González, G. A. (2017). Asociaciones de productores agrarios y comercialización de sus productos en el oriente antioqueño. *Journal Of Agriculture And Animal Sciences*, 6(1), 74-84. <https://repository.unilasallista.edu.co/items/7d20145c-fcd8-4f5a-ad2f-48cad7b4c069>
- Agencia Europea para las necesidades educativas especiales y la inclusión educativa. (2015). *Cómo hacer que la información de la organización sea accesible para todos*. ICT for Information Accessibility in Learning. [https://www.ict4ial.eu/sites/default/files/Making%20your%20Organisations%20Information%20Accessible%20for%20All\\_ES.pdf](https://www.ict4ial.eu/sites/default/files/Making%20your%20Organisations%20Information%20Accessible%20for%20All_ES.pdf)
- Aguas Simanca, J., Salazar Araujo, D., Suárez Porras, L., Ramos Vilorio, M., Barragán Morales, C., y García Guilianny, J. (2019). Efectos de los *Stakeholders* sobre el turismo sostenible en Barranquilla. *Liderazgo Estratégico*, 9(1), 82-96. <https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/liderazgo/article/view/3805>
- Aguilar Villalobos, I., Atencio Henrichs, T., Campos Guzmán, M., y Tiffer Villalobos, R. D. (2019). *Propuesta para la inclusión de un capítulo al Código de Comercio de Costa Rica que regule el comercio electrónico en materia tributaria y municipal a abril de 2019*. [Trabajo Final de Graduación de Maestría, Universidad de las Ciencias y el Arte]. Biblioteca Álvaro Avilés Vargas. <https://biblioteca.udelascienciasyelarte.ac.cr/media/digitales/Der%200077.pdf>
- Aguilera Ferreira, J. (2018). La Asociación de Productores de Salitre y el funcionamiento de su Departamento de Bienestar Social. Tarapacá y Antofagasta, 1921-1930. *Diálogo andino*, (55), 43-53. <https://www.scielo.cl/pdf/rda/n55/0719-2681-rda-55-00043.pdf>
- Alderete, M. V. (2020). *Transparencia y corrupción: ¿Una relación bidireccional?* Repositorio Institucional CONICET Digital.

[https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/235894/CONICET\\_Digital\\_Nro.5b1d1d2b-21af-43ae-a042-5045bfe6f9f5\\_A.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/235894/CONICET_Digital_Nro.5b1d1d2b-21af-43ae-a042-5045bfe6f9f5_A.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

Álvarez González, L. I., Sanzo Pérez, M. J., y Toscano Hernández, A. (2018). Calidad de servicio y *stakeholders*: Universidad de Córdoba (Colombia). *Casos de marketing público y no lucrativo*, 5, 127-136. <https://casos-aimpn.org/index.php/casos/article/view/205/203>

Álvarez Viera, P. (2018). Ética e investigación. *Revista Boletín Redipe*, 7(2), 122-149. <https://revista.redipe.org/index.php/1/article/view/434/430>

Alzate Sanz, J. E., y Orozco Toro, J. A. (2018). *Stakeholders*, actores estratégicos en la construcción de marca. *Anagramas-Rumbos y sentidos de la comunicación-*, 16(32), 95-109. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6815724>

Amézquita Zamora, J. A., y Arredondo Traperero, F. G. (2019). Transparencia y rendición de cuentas: Bases para un modelo de empresa cimentado en la confianza. *Boletín de Estudios Económicos*, 74(228), 517-538. [https://www.researchgate.net/publication/338956020\\_Transparencia\\_y\\_rendicion\\_de\\_cuentas\\_bases\\_para\\_un\\_modelo\\_de\\_empresa\\_cimentado\\_en\\_la\\_confianza\\_Transparencia\\_y\\_Accountability\\_The\\_Foundations\\_to\\_Build\\_a\\_Model\\_for\\_Business\\_Grounded\\_in\\_Trust](https://www.researchgate.net/publication/338956020_Transparencia_y_rendicion_de_cuentas_bases_para_un_modelo_de_empresa_cimentado_en_la_confianza_Transparencia_y_Accountability_The_Foundations_to_Build_a_Model_for_Business_Grounded_in_Trust)

Andino Sanabria, M. D. (2016). *Gestión de estrategias comunicacionales que permitan el mejoramiento de la imagen en los stakeholders internos de Radio Fútbol FM* [Trabajo de Titulación de Licenciatura, Facultad de Comunicación y Artes Visuales]. Repositorio Digital Universidad De Las Américas. <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/6305/5/UDLA-EC-TCC-2016-65.pdf>

Angulo Sánchez, L. (2016). La gestión efectiva del capital de trabajo en las empresas. *Revista Universidad y Sociedad*, 8(4), 54-57. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v8n4/rus06416.pdf>

- Arco Castro, M. L. (2020). *La filantropía corporativa en la estrategia empresarial y en la orientación hacia los stakeholders* [Trabajo de Titulación de Doctorado, Universidad de Granada]. Repositorio Institucional de la Universidad de Granada.  
<https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/62377/74464.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Arias Solano, F. (2021). *Capacidad de resolución de las denuncias comunitarias en La Nación y Crhoy.com en el periodo febrero-marzo de 2020*. [Trabajo académico, Universidad Internacional de las Américas]. Repositorio Institucional UIA.  
<http://repositorio.uia.ac.cr:8080/server/api/core/bitstreams/dd76f5a6-1a5f-4f99-bc6e-e7cf393c1f38/content>
- Arias, P. H., y Arévalo, J. C. (2021). La transparencia y la rendición de cuentas mecanismos del “gobierno abierto” como instrumento de compromiso público y responsabilidad democrática en las organizaciones públicas. *Documentos de trabajo ECACEN*, (1).  
<https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/working/article/view/4693/4451>
- Armijos Cordero, J. C. (2017). La Responsabilidad Social Empresarial. Una óptica desde los *stakeholders*. *Revista Economía y Política*, (26), 104-128.  
<https://doi.org/10.25097/rep.n26.2017.04>
- Asamblea Legislativa. (2023). *Ley Orgánica del Consejo Nacional de Producción. N° 2035 del 17 de julio de 1956*. Sistema Costarricense de Información Jurídica.  
[http://www.pgrweb.go.cr/SCIJ/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_texto\\_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=3607](http://www.pgrweb.go.cr/SCIJ/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=3607)
- Asamblea Legislativa. (2024). *Ley Orgánica del Ministerio de Economía, Industria y Comercio. N° 6054 del 14 de junio de 1977*. Sistema Costarricense de Información Jurídica.  
[http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_texto\\_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=48541](http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=48541)

Astudillo Morales, F. R., y Flores Adanaque, P. A. (2023). *Análisis estructural de una viga continua de 2 vanos mediante librerías de lenguaje de programación en Python*, Trujillo 2023. [Tesis de Titulación de Ingeniero Civil, Universidad César Vallejo]. Repositorio Digital Institucional Universidad César Vallejo.

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/120359>

Ayala del Pino, C. (2021). La responsabilidad social corporativa: concepto, ámbito de aplicación, grupos de interés y objetivos. *Anuario Jurídico Y Económico Escurialense*, (54), 173–198. <https://doi.org/10.54571/ajee.462>

Ayllon Yaya, P. L. (2022). *Gestión de transparencia y calidad en el acceso a la información pública en una Municipalidad Provincial de Lima, 2021* [Trabajo de Titulación de Maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio Digital Institucional Universidad César Vallejo. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/86106/Ayllon\\_YPL-SD.pdf?sequence=1](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/86106/Ayllon_YPL-SD.pdf?sequence=1)

Azuero Rodríguez, A. R., García Solarte, M., y Garibello García, D. (2022). Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial dirigidas a los *stakeholders* en PYMEs del Valle del Cauca: literatura vs práctica. *Entramado*, 18(2).

<http://www.scielo.org.co/pdf/entra/v18n2/2539-0279-entra-18-02-e204.pdf>

Barrera Cerezal, J.J. (2016). Transparencia y reputación como actitud y forma de ser de la empresa. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (87), 327-350.

[https://ciriec-revistaeconomia.es/wp-content/uploads/CIRIEC\\_8711\\_Barrera.pdf](https://ciriec-revistaeconomia.es/wp-content/uploads/CIRIEC_8711_Barrera.pdf)

Barrio, E., y Enrique, A. M. (2018). Responsabilidad Social Corporativa. Estudio sobre la identificación y clasificación de los *stakeholders*. *Revista Internacional de Investigación en Comunicación aDResearch ESIC*, 17(17), 90-109.

<https://revistasinvestigacion.esic.edu/adresearch/index.php/adresearch/article/view/110/2>

Betancur Jiménez, G. E. (2016). La ética y la moral: paradojas del ser humano. *CES psicología*, 9(1), 109-121. <https://revistas.ces.edu.co/index.php/psicologia/article/view/3482/2546>

Blanco Alpízar, D. (2021). *Plan único de cuentas y políticas contables a través de la implementación de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) para pymes, para el logro de la idoneidad ante el Ministerio de Economía Industria y comercio como una pymes oficialmente registrada, en la empresa Ambrosia Estética para el año 2021*. [Trabajo Final de Graduación de Licenciatura, Universidad San Marcos]. SUWA. <https://repositorio.usam.ac.cr/xmlui/bitstream/handle/11506/1850/TFG%20CONT%200005%202021.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Briceño, M. E., Maraboli, A. M., Linares, Y., Cote, M. y Carrero, M. (2015). Rendición de cuentas y el control en organizaciones de la sociedad civil en Venezuela: ¿control externo o control social? *Visión Gerencial*, (1), 181-198. <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545898009.pdf>

Buraschi, M. (2019). Reflexiones sobre las certificaciones de sustentabilidad en cadenas globales de valor desde diversas perspectivas teóricas. *Documentos De Trabajo De Investigación De La Facultad De Ciencias Económicas (DTI-FCE)*, 2, 1-13. <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/DTI/article/view/24892>

Cabanes Fuentes, M. (2017). Una reflexión sobre la misión de la empresa: perspectiva financiera versus *stakeholders*. *Revista de Fomento Social*, (287-288), 872-887. [https://repositorio.uloyola.es/bitstream/handle/20.500.12412/3650/287-288\\_4\\_13.pdf?sequence=1](https://repositorio.uloyola.es/bitstream/handle/20.500.12412/3650/287-288_4_13.pdf?sequence=1)

Cadamuro Inostroza, I. O. (2023). Expectativas y temores de estudiantes adultos trabajadores de educación superior en una universidad pública en Chile. *MENDIVE*, 21(3). <http://scielo.sld.cu/pdf/men/v21n3/1815-7696-men-21-03-e3414.pdf>

Camacho Espinoza, D. (2023). *Práctica profesional docente en Escuela República de México, circuito 06, Dirección Regional de Educación de Pérez Zeledón, 2023* [Práctica de Titulación de Licenciatura, Universidad Castro Carazo]. Repositorio Institucional Universidad Castro Carazo. <https://repositorio.castrocarazo.ac.cr/bitstream/handle/20.500.14113/129/CD-TE000069%20-%20116630796.pdf?sequence=1>

Campaña Cuaical, A.S. (2019). *El cumplimiento de las NICSP y la transparencia financiera del sector público en el Ecuador* [Trabajo de Titulación de Maestría, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio Universidad Técnica de Ambato. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/30496/1/T4671M.pdf>

Canales Alvarado, M., Sánchez Patiño, M. R., Vigo Heredia, C. V., y Zavaleta Ruiz, C. E. (2018). *Transparencia Corporativa en el Sector Minero en el Perú*. [Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. ProQuest Dissertations & Theses. <https://www.proquest.com/openview/996356ea40d4baf88366fea15b3f0575/1?pq-origsite=gscholar&cbl=51922&diss=y>

Cartagena, V. E. C. (2015). El foro virtual como estrategia de enseñanza en la educación superior. *HAMUT'AY*, 2(1), 23-31. <https://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/HAMUT/article/view/827/647>

Castaño Ramírez, A. D., y Arias Sánchez, S. (2021). Efecto de la responsabilidad social corporativa en la reputación de las organizaciones: una revisión sistemática. *Revista Universidad y Empresa*, 23(40), 122-146. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.8859>

Centeno Mamani, J. (2020). *Percepción de los stakeholders sobre la aplicación de políticas de responsabilidad social de la Municipalidad Provincial de Puno, periodo 2019* [Trabajo de Titulación de Licenciatura, Universidad Nacional del Altiplano]. Repositorio Institucional

de la Universidad Nacional del Altiplano.

<http://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/13949>

Chávez Pineda, E.S. (2022). Análisis De La Cultura De aplicación De Rendición De Cuentas Y Aprendizajes En La Organización De La Sociedad Civil “Proyecto Poder” enero 2019 – junio 2021. *Revista Relaciones Internacionales*, 4(1), 185-216.

<https://revistas.ues.edu.sv/index.php/reinter/article/view/2259>

Cifuentes Martínez, W. E., y Bizerra Osorio, I. J. B. (2022) Creación de valor público: un estudio desde la perspectiva de los *stakeholders*. *Revista Lasallista de Investigación*, 19 (2), 82-100. <https://revistas.unilasallista.edu.co/index.php/rldi/article/view/3068>

Cisneros, G. (2023). *Captación de Inversión Extranjera Directa de la industria de software y tecnologías de la información: estrategia para Pérez Zeledón*. [Tesis en Licenciatura en Comercio, Universidad Nacional de Costa Rica]. <http://hdl.handle.net/11056/28066>

Congreso de la República de Costa Rica (s.f.). *Ley de Asociaciones. N° 218 del 08 de agosto de 1939*. Sistema Costarricense de Información Jurídica.

[http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_texto\\_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=32764](http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=32764)

Costa Sarango, G. J. (2022). *Transparencia e importancia de la información financiera para el proceso de la toma de decisiones en las compañías del sector de la construcción de la Provincia de Loja durante los años 2018 al 2020; Manual de Políticas Contables*. [Trabajo de titulación de maestría, Universidad Nacional de Loja]. Repositorio Digital Universidad Nacional de Loja. <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/24937>

De Sousa Guerreiro, J. (2016). *Modelo de relación biblioteca-comunidad basado en la participación ciudadana y la teoría de los stakeholders* [Trabajo de Titulación de

Doctorado, Universidad de Salamanca]. Repositorio Documental Gredos.

<https://gredos.usal.es/handle/10366/133019>

Díaz Narváez, V. P., y Calzadilla Núñez, A. (2016). Artículos científicos, tipos de investigación y productividad científica en las Ciencias de la Salud. *Revista Ciencias de la Salud*, 14(1), 115-121. <https://doi.org/10.12804/revsalud14.01.2016.10>

Diente Serna, S. (2016). *Divulgación de información sobre responsabilidad social en las empresas de Valladolid y su vinculación con el rendimiento financiero* [Trabajo de Titulación de Grado, Universidad de Valladolid]. Repositorio Documental de la Universidad de Valladolid. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/19042/TFG-%20L%201346.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Elizondo Portuguez, J. L. (2023). *La gestión institucional para el desarrollo de las ideas productivas: Estudio de caso del sector agrícola del cantón de Pérez Zeledón en el período 2018-2020* [Trabajo de Titulación de Licenciatura, Universidad Nacional de Costa Rica]. Repositorio Académico Institucional de la Universidad Nacional de Costa Rica. <https://repositorio.una.ac.cr/server/api/core/bitstreams/0dce3e62-1c51-4fd0-86ad-abb96e7e613c/content#page11>

Floridi, L. (2024). *Ética de la inteligencia artificial*. Herder Editorial.

[https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang\\_es&id=Q\\_ohEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=%C3%A9tica+definiciones&ots=8qyI96IV1w&sig=34ROLh\\_IENESQ0MvKyT3XJFc0G8#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=Q_ohEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=%C3%A9tica+definiciones&ots=8qyI96IV1w&sig=34ROLh_IENESQ0MvKyT3XJFc0G8#v=onepage&q&f=false)

Franganillo, J., y García Asensio, M. (2024). La claridad como derecho: la aportación de la norma ISO 24495-1 hacia el lenguaje claro. *Anuario ThinkEPI*, 18, 1-5.

<https://thinkepi.scimagoepi.com/index.php/ThinkEPI/article/view/91640/66397>

Gil Pascual, J. A. (2016). *Técnicas e instrumentos para la recogida de información*. Editorial UNED.

[https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang\\_es&id=ANrkDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&](https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=ANrkDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&)

[dg=t%C3%A9cnica+encuesta&ots=rc5tpTgaEH&sig=hx1i\\_BhXoLAXuiQx9FqUZq-GPGs#v=onepage&q=t%C3%A9cnica%20encuesta&f=false](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/34638/goicochea_fj.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Goicochea Fiallo, J. N. (2019). *La implementación del mecanismo de rendición de cuentas en el proceso de alimentos para comprobar la correcta administración de la pensión a favor de sus titulares* [Trabajo de Titulación de Abogada, Universidad César Vallejo]. Repositorio Digital Institucional Universidad César Vallejo.

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/34638/goicochea\\_fj.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/34638/goicochea_fj.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

González Bennett, J. C., Lino Figueroa, J. V., Muñiz Jaime, L.P., y Parrales Poveda, M. L. (2021). Análisis de los *stakeholders* como insumo de entrada en el diseño de un plan publicitario. *UNESUM - Ciencias. Revista Científica Multidisciplinaria*, 5(5), 121–134.

<https://doi.org/10.47230/unsum-ciencias.v5.n5.2021.594>

Guirado Victoria, C. (2022). *La RSC en la moda de lujo. Estudio de casos* [Trabajo Final de Graduación, Universitat Autònoma de Barcelona]. Repositorio Digital de Documentos de la Universitat Autònoma de Barcelona.

[https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2022/266880/TFG\\_Guirado\\_Victoria\\_Cristina.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2022/266880/TFG_Guirado_Victoria_Cristina.pdf)

Hermosa del Vasto, P., Alcaraz Quiles, F. J., y Urquía Grande, E. (2017). Transparencia pública y rendición de cuentas como base para la construcción de una sociedad democrática en América Latina. Transparencia pública y rendición de cuentas como base para la construcción de una sociedad democrática en América Latina. *Revista Internacional*

*Transparencia e Integridad*, 4, 1-22. <http://www.encuentros-multidisciplinares.org/revista-67/paola-hermosa-y-otros.pdf>

Hernández Ramírez, Y. M. (2024). Divulgación de información corporativa: antecedentes de los factores que la determinan. Apuntes contables: *Revista Científica de Contabilidad*, (33), 81-107. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/contad/article/view/9058/15482>

Hernández Sampieri, R., y Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. ICAP Campus Virtual.

[https://campusvirtual.icap.ac.cr/pluginfile.php/236322/mod\\_resource/content/1/Metodologia%CC%81a%20de%20la%20Investigacio%CC%81n.pdf](https://campusvirtual.icap.ac.cr/pluginfile.php/236322/mod_resource/content/1/Metodologia%CC%81a%20de%20la%20Investigacio%CC%81n.pdf)

Herrera, J. (2017). *La investigación cualitativa*. Repositorio UDGVirtual.

<http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/1167>

Herrera, W. y Mahecha, I. (2018). Transparencia, razón pública y rendición de cuentas en las empresas. *Veritas*, (41), 39-68. [https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-92732018000300039&script=sci_arttext)

[92732018000300039&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-92732018000300039&script=sci_arttext)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2022). *Guía para la elaboración de calendarios de divulgación de las estadísticas oficiales*. Sistema de Estadística Nacional.

<https://admin.sen.inec.cr/sites/default/files/2022-09/mewebnormativagecde2022-01.pdf>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (s.f.). Resultados Estimación de Población y Vivienda 2022 [Archivo Excel]. <https://inec.cr/tabulados>

Iturrioz del Campo, J., Masa Lorenzo, C. M., y Medina Castaño, A. (2019). La transparencia sobre Responsabilidad Social Corporativa y su implicación con el comportamiento económico-financiero: efectos en las empresas de Economía Social. *REVESCO: revista de estudios cooperativos*, (132), 122-143. <http://dx.doi.org/10.5209/REVE.65487>

Jaramillo Franco, J. C., Hidalgo Giraldo, J. H., y Castaño Ríos, C. E. (2020). Evolución de las prácticas profesionales contables en el relacionamiento de los *stakeholders*, 2014-2018. *Revista En-contexto*, 8(13), 197-223.

<https://ojs.tdea.edu.co/index.php/encontexto/article/view/719/877>

Jiménez Soto, É. D. C. (2017). *La afectación del principio de transparencia por la indebida aplicación del mecanismo de rendición de cuentas* [Trabajo de Titulación de Maestría,

Universidad Andina Simón Bolívar]. Repositorio Institucional del Organismo de la Comunidad Andina. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5547/1/T2129-MDA-Jimenez-La%20afectacion.pdf>

Lazkano de Anta, L. (2023). *Factores impulsores de la implementación de la contabilidad social en entidades de economía social: expectativas, resultados y satisfacción* [Tesis Doctoral, Universidad del País Vasco]. Universidad del País Vasco.

[https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/66664/TESIS\\_LAZKANO%20DE%20ANTA\\_LARRAITZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/66664/TESIS_LAZKANO%20DE%20ANTA_LARRAITZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Lechuga Cardozo, J. I., Cazallo Antúnez, A. M., y Landázury Villalba, L. F. (2017). *Stakeholders y marketing social: Una propuesta de coparticipación solidaria*. Universidad Autónoma de Nuevo León. <http://eprints.uanl.mx/20778/>

Limas Suárez, S. J., y Sierra Forero, L. E. S. (2023). Uso de las redes sociales como herramienta de gestión administrativa en el sector empresarial. *Revista CEA*, 9(19), 1-22. <https://revistas.itm.edu.co/index.php/revista-cea/article/view/2307/2772>

López Pérez, G. B. (2019). *Administración por objetivos como factor decisivo en la rotación de personal en empresas ubicadas en Malacatán, San Marcos*. [Trabajo de grado de Licenciatura, Universidad Panamericana]. Biblioteca Universidad Panamericana.

[https://glifos.upana.edu.gt/library/images/7/7d/ARTICULO\\_DE\\_GREISY\\_BERTILIA\\_LOPEZ\\_PEREZ.pdf](https://glifos.upana.edu.gt/library/images/7/7d/ARTICULO_DE_GREISY_BERTILIA_LOPEZ_PEREZ.pdf)

Martínez Sandoval, M. (2020). *Actitudes sobre el feminismo en jóvenes de las carreras de psicología e ingeniería civil de la Universidad Don Vasco, de Uruapan* [Trabajo de Titulación de Licenciatura, Universidad Don Vasco]. Dirección General de Bibliotecas y Servicios Digitales de

Información. <https://ru.dgb.unam.mx/bitstream/20.500.14330/TES01000811745/3/0811745.pdf>

- Martos Pedrero, A., Jiménez Castillo, D., y Cortés García, F. J. (2022). La responsabilidad social empresarial y el desempeño financiero en el sector agroalimentario: efecto mediador de la imagen y reputación. *ITEA, información técnica económica agraria: revista de la Asociación Interprofesional para el Desarrollo Agrario (AIDA)*, 118(3), 453-475. [https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/123349/Documento\\_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/123349/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Mauri Ríos, M., & Ramon Vegas, X. (2015). Nuevos sistemas de rendición de cuentas de la información periodística. Exploración del escenario online español. *Profesional de la Información*, 24(4), 380-389. <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2015.jul.04/20703>
- Mejía Franco, N., Echeverrú Rubio, A., y Vieira Salazar, J. A. (2021). Análisis bibliométrico: rol de los *stakeholders* en la sostenibilidad de las pymes. *Lúmina*, 22(2), 6. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8679430>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2015). *El Ministerio de Agricultura y Ganadería por más de setenta años ha apoyado la labor del productor agropecuario*. Ministerio de Agricultura y Ganadería. [http://www.mag.go.cr/acerca\\_del\\_mag/historia/historia%20grafica-MAG-100anos-ago-2015.html](http://www.mag.go.cr/acerca_del_mag/historia/historia%20grafica-MAG-100anos-ago-2015.html)
- Ministerio de Economía, Industria y Comercio. (s.f.). *MEIC*. Ministerio de Economía, Industria y Comercio. <https://www.meic.go.cr/web/53/meic.php>
- Mojica González, N. (2020). *Propuesta de estrategia de marca para el Gimnasio Canino Campestre a partir del análisis de su identidad e imagen corporativa*. [Tesis de Maestría, Universidad de la Sabana]. Intellectum. <https://intellectum.unisabana.edu.co/handle/10818/46967>

Monserrat Botello, M. (2017). La gestión de la confianza a través de la participación en los comités de ética empresarial. *Fórum de Recerca*, (22), 281-297.

<http://dx.doi.org/10.6035/ForumRecerca.2017.22.17>

Montaño Guzmán, M., Sánchez Rodríguez, J.S., y Aguilar Sosa, M.E. (2022). Intervención de prácticas organizacionales para mejorar el clima y la eficiencia organizacional en un grupo de microempresas comerciales. *Revista de Investigación Académica sin Frontera*, 15(37).

<https://www.researchgate.net/publication/358206128> Intervencion de practicas organizacionales para mejorar el clima y la eficiencia organizacional en un grupo de microempresas comerciales

Morales Martínez, R. I. (2022). La transformación digital y la influencia de la inteligencia de negocios en las empresas del sector de turismo de reuniones en México. *Revista Politécnica*, 18(35), 40-51.

<https://www.redalyc.org/journal/6078/607870799003/607870799003.pdf>

Moreno Moros, J.C., Sánchez Ramírez, S., Rubio Castro, E., Espinoza Ambrocio, A.N., y García Salazar, M. (2021). *Modulo 1. Promueve el desarrollo sustentable*. Dirección General de Educación Tecnológica Agropecuaria y Ciencias del Mar.

<https://dgetaycm.sep.gob.mx/storage/recursos/2022/08/jZvVfPCFMA-M1->

[SM1\\_Promueve%20el%20desarrollo%20sustentable.pdf](https://dgetaycm.sep.gob.mx/storage/recursos/2022/08/jZvVfPCFMA-M1-SM1_Promueve%20el%20desarrollo%20sustentable.pdf)

Morocho, A., Vinueza, S., Andrade, C., y Quevedo, M. (2019). Evaluación del uso de técnicas aplicadas en la investigación. *RECIAMUC*, 2(3), 722-738.

[https://doi.org/10.26820/reciamuc/2.\(3\).septiembre.2018.722-738](https://doi.org/10.26820/reciamuc/2.(3).septiembre.2018.722-738)

Municipalidad de Pérez Zeledón. (s.f.). *Información General*. Municipalidad de Pérez Zeledón.

<https://www.perezzeledon.go.cr/index.php/canton/informacion-general/datos-generales->

[indicadores-y-estadisticas.html?switch\\_to\\_desktop\\_ui=1?date=2018-01-24-08-00%27?date=2018-12-29-00-00](http://indicadores-y-estadisticas.html?switch_to_desktop_ui=1?date=2018-01-24-08-00%27?date=2018-12-29-00-00)

Nieto, E. (2018). Tipos de investigación. *Universidad Santo Domingo de Guzmán*, 2, 1-2.

<https://core.ac.uk/download/250080756.pdf>

Olivero Arias, E., Morales Vergara, R. y Alvarado Márquez, M. (2020). *Identificación de los principios de los stakeholders en una Asociación de Agricultores Arroceros, componente del desarrollo rural*. Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación.

<https://repository.usta.edu.co/handle/11634/28955>

Orozco Barrantes, J., y Guillén Pérez, S. (2020). Objetivos e instrumentos de las políticas de innovación en Costa Rica. *Revista de Política Económica y Desarrollo Sostenible*, 6(1), 1-

24. <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/politicaeconomica/article/view/14806/20549>

Palacín Sánchez, M.J. (2018). La reputación corporativa y la financiación de las empresas.

Bolsas y mercados españoles. [https://www.bolsasymercados.es/esp/Estudios-](https://www.bolsasymercados.es/esp/Estudios-Publicaciones/Documento/5277)

[Publicaciones/Documento/5277](https://www.bolsasymercados.es/esp/Estudios-Publicaciones/Documento/5277) La reputaci%C3%B3n corporativa y la financiaci%C3%B3n de las empresas

Parrado, S., y Reynaers, A. M. (2021). La gestión de los valores públicos en asociaciones público-privadas concesionales. *Gestión y política pública*, 30(1), 163-196.

<https://www.scielo.org.mx/pdf/gpp/v30n1/1405-1079-gpp-30-01-163.pdf>

Pasquel Racines, G. A., Báez Erazo, V. G., Pauker Teneda, L. M., y Apolo Buenaño, D. E.

(2016). Percepción, activos intangibles y *stakeholders*: modelo para el análisis de imagen corporativa. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 7(1), 179-196.

<https://doi.org/10.14198/MEDCOM2016.7.1.10>

Paz Maldonado, E. J. (2018). La ética en la investigación educativa. *Revista Ciencias*

*Pedagógicas e Innovación*, 6(1), 45-51. <http://dx.doi.org/10.26423/rcpi.v6i1.219>

- Peña Ibarra, L. (2023). *Evolución de la confianza en las instituciones en América Latina entre 1995 y 2021, un análisis transnacional, multinivel y longitudinal* [Tesis Doctoral, Université de Montréal]. ResearchGate.  
<https://www.researchgate.net/publication/382394069> Evolucion de la confianza en las instituciones en America Latina entre 1995 y 2021 Un analisis transnacional multinivel y longitudinal
- Peralta Espinosa, M. B. (2022). *La rendición de cuentas como mecanismo de transparencia en el Gobierno Autónomo Descentralizado municipal de Loja, periodo 2019-2021*. [Trabajo de titulación de bachillerato, Universidad Nacional de Loja]. Repositorio Digital Universidad Nacional de Loja. <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/25889>
- Picado, A. (2022). *Pérez Zeledón: Cambio demográfico, educación, producción agrícola y mercado laboral, 1950-2014* [Tesis en Licenciatura de Historia, Universidad de Costa Rica]. <https://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr/handle/123456789/19190>
- Pinedo Valdiviezo, R. V. (2024). *Mirar. A través de la percepción*. Repositorio Institucional de la UNLP. <https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/168790>
- Poder Ejecutivo. (2018). *Reglamento orgánico del Ministerio de Agricultura y Ganadería. N° 40863 del 16 de enero del 2018*. Sistema Costarricense de Información Jurídica.  
[http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_texto\\_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=85882](http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=85882)
- Proaño Córdova, T. D., Tapia Panchi, E. P., Álvarez Jiménez, E. M., Ortiz Román, H. D., y Mora Jati, P. F. (2018). El trabajo en equipo de las asociaciones, en un marco de la economía popular y solidaria: estudio en un programa gubernamental. *Visión Gerencial*, (1), 125-137. <https://www.redalyc.org/journal/4655/465554397011/html/>

Ramos Baños, D. J., Jiménez Castañeda, J. C., Nieto Delgado, M. L., y Martínez Castro, C. J.

(2017). *Stakeholders*, Proactividad Ambiental y Desempeño de los Pequeños Negocios de Mezcal de Oaxaca, México. *Newman Business Review*, 3(1), 72-95.

<https://pdfs.semanticscholar.org/4f1f/be3a5f580881faf08871daf38ec4f0c30cdf.pdf>

Ricaldi Muñoz, M. C. (2018). *Expectativas y percepciones de los turistas extranjeros sobre la*

*Paz, como ciudad maravillosa en el año 2016* [Trabajo de Titulación de Licenciatura,

Universidad Mayor de San Andrés]. Repositorio Institucional de la Universidad Mayor de

San Andrés. <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/18822/TUR->

[528.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/18822/TUR-528.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Ríos, A. M., Guillamón, M. D., Egea Martínez, J. M., y Benito, B. (2022). ¿Influye una mayor

transparencia en la mejor gestión de los recursos públicos? El ejemplo de los

ayuntamientos españoles. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (106),

267-298. [https://ciriec-revistaeconomia.es/wp-](https://ciriec-revistaeconomia.es/wp-content/uploads/CIRIEC_106_10_Rios_et_al.pdf)

[content/uploads/CIRIEC\\_106\\_10\\_Rios\\_et\\_al.pdf](https://ciriec-revistaeconomia.es/wp-content/uploads/CIRIEC_106_10_Rios_et_al.pdf)

Riquelme Meza, D. E. (2019). *Rediseño y formalización de los procesos de negocios del área*

*comercial de Soluciones BI consulting* [Trabajo de Titulación, Universidad de Talca].

DSpace Biblioteca Universidad de Talca.

<http://dspace.ugal.cl/bitstream/1950/12292/3/tutcur-20190016.pdf>

Rodríguez Moreno, A. R. (2016). *Análisis de las Percepciones y Preferencias de los*

*Productores de Panela y Café sobre la Gestión de dos Asociaciones de Agricultores en*

*el Municipio de Onzaga, Santander* [Trabajo de grado para optar por el título de

Economista, Universidad Santo Tomás]. Centro de Recursos para el Aprendizaje y la

Investigación. <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/9601>

Rodríguez Ruiz, H.M., y Uribe Cáceres, S. (2020). *El arte operacional*. En S. Uribe Cáceres

(Ed.), *Arte operacional marítimo: Una aproximación desde la Escuela Superior de Guerra*

(pp. 23-65). Escuela Superior de Guerra. [https://www.researchgate.net/profile/Sergio-Uribe-7/publication/354172902\\_ARTE\\_OPERACIONAL\\_MARITIMO/links/612973452b40ec7d8bca3168/ARTE-OPERACIONAL-MARITIMO.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Sergio-Uribe-7/publication/354172902_ARTE_OPERACIONAL_MARITIMO/links/612973452b40ec7d8bca3168/ARTE-OPERACIONAL-MARITIMO.pdf)

Rojas Vargas, N. P., y Madero Gómez, S. M. (2018). La responsabilidad social corporativa: contexto histórico y relación con las teorías administrativas. *Conciencia Tecnológica*, (55), 29-38. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6839145>

Rojas Vargas, N.P., y Madero Gómez, S. M. (2018). La Responsabilidad Social Corporativa: Contexto Histórico y Relación con las Teorías Administrativas. *ConCiencia Tecnológica*, (55), 29-38. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6839145>

Rojas, M., Cartín, M., Aguilar, G. (2015). La industrialización alimenticia en Costa Rica a finales del siglo XX y principios del XXI: de los estancos a los supermercados. *Revista Herencia*, 28(1). <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/herencia/article/view/21382>

Salazar Jiménez, M. E., y Aníbarro Peringer, P. V. (2017). La Percepción del Paciente con Diagnóstico de Esquizofrenia Paranoide sobre el Nivel de Comunicación dentro de su Sistema Familiar. *Fides et Ratio*, 13(13).  
[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2071-081X2017000100005](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2071-081X2017000100005)

Salcedo Aparicio, D. M., López Mindiola, J. J., Fuentes Torres, B. J., Y Salcedo Aparicio, D. J. (2022). La percepción sensorial, la cognición, la interactividad y las tecnologías de información y comunicación (TIC) en los procesos de aprendizaje. *RECIAMUC*, 6(2), 388-395. [https://doi.org/10.26820/reciamuc/6.\(2\).mayo.2022.388-395](https://doi.org/10.26820/reciamuc/6.(2).mayo.2022.388-395)

Salido Hernández, P. M., Santos Jaén, J. M., y Gracia Ortiz, M. D. (2018). Información no financiera como herramienta de transparencia. *La Razón histórica: revista hispanoamericana de historia de las ideas políticas y sociales*, 40, 116-132.  
<https://www.researchgate.net/profile/Jose-Manuel-Santos->

[Jaen/publication/327370142\\_Informacion\\_no\\_financiera\\_como\\_herramienta\\_de\\_transparencia/links/612e25b00360302a006cc619/Informacion-no-financiera-como-herramienta-de-transparencia.pdf](https://www.jaen.es/publication/327370142_Informacion_no_financiera_como_herramienta_de_transparencia/links/612e25b00360302a006cc619/Informacion-no-financiera-como-herramienta-de-transparencia.pdf)

Sánchez-Crespo González, C. (2019). *La transparencia online en el Tercer Sector* [Trabajo de Grado, Universidad de Valladolid]. Universidad de Valladolid Repositorio Documental. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/40106>

Sierra Caballero, F. (2019). La entrevista en profundidad. Función, sentido y técnica. *Arte y oficio de la investigación científica: cuestiones epistemológicas y metodológicas*, 301-379. <https://idus.us.es/handle/11441/98760>

Sirlopú Carrillo, E. E. (2018). *Modelo de rendición de cuentas y fortalecimiento de la participación ciudadana de usuarios de Municipalidad Distrital Ciudad Eten – Chiclayo*. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio Digital Institucional Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/31747>

Torrelles Torrea, E. (2023). Las expectativas del consumidor en los criterios de conformidad del TRLGDCU y CCCAT. *Cuadernos de Derecho Transnacional*, 15(1), 846-878. <https://doi.org/10.20318/cdt.2023.7566>

Torres, M., Salazar, F. G., y Paz, K. (2019). *Métodos de recolección de datos para una investigación*. DSpace. <http://148.202.167.116:8080/xmlui/handle/123456789/2817>

Trujillo Ramírez, S. Y. (2016). Transparencia y rendición de cuentas por parte de los sindicatos. *Revista latinoamericana de derecho social*, (23), 151-168. <https://inap.mx/wp-content/uploads/2021/06/TM-AP-67785.pdf>

Trujillo Sánchez, C. A. (2023). *Criterios de imputación de responsabilidad civil extracontractual por la actividad de los influencer en Colombia* [Monografía de Titulación de Abogada, Universidad del Tolima]. Repositorio Digital Universidad del Tolima.

<https://repository.ut.edu.co/server/api/core/bitstreams/4dad9d32-04c0-4e07-8313-f9ea498cabb0/content>

Unión de Pequeños Productores Agropecuarios Costarricenses (s.f.). *Historia UPANACIONAL*.

Unión de Pequeños Productores Agropecuarios Costarricenses.

<http://www.upanacionalcr.com/historia.html>

Valdés, E., & Nieto L. (2015). Algunas reflexiones sobre el enfoque mixto de la investigación pedagógica en el contexto cubano. *Revista Universidad y Sociedad*, 7(1), 23-29.

[rus03115.pdf](#)

Varas, V. D., Agüero, A. L., Guzmán, A. E., y Martínez, M. (2015). *Importancia y beneficios de la accesibilidad web para todos*. Repositorio Institucional de la UNLP.

<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/49061>

Vargas Díaz, O.I., y Díaz Aránzazu, H.J. (2024). *Innovación en la gobernanza universitaria hacia una transparencia financiera y sostenibilidad efectivas en la educación superior* [Trabajo de grado para maestría en Aseguramiento Financiero y Sostenibilidad Corporativa, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio Institucional Universidad Cooperativa de Colombia.

<https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/720f9d72-34e6-43fb-afe9-5a9b86f3a745/content>

Villavicencio Fajardo, E. J. (2022). *La transparencia como eje transversal en la implementación de las normas ecuatorianas de buen gobierno corporativo dentro de las sociedades mercantiles del Ecuador* [Trabajo de Titulación del Título de Abogada de los Tribunales de Justicia de la República, Universidad del Azuay]. Repositorio Institucional de la Universidad del Azuay. <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/11721/1/17250.pdf>

Zárate Rueda, R., Beltrán Villamizar, Y. I., y González García, C. A. (2020). Relacionamiento con *stakeholders* en el marco de la responsabilidad social empresarial. *Revista ESPACIOS*, 41(32), 211-226.

<https://www.revistaespacios.com/a20v41n32/a20v41n32p20.pdf>

## Apéndices

### Apéndice A. Entrevista a jefes de Agencias de Extensión del MAG

Entrevista a jefes de Agencias de Extensión del Ministerio de Agricultura y Ganadería	
Nombre del informante:	
<p>Saludos, estudiantes de la Universidad Nacional están realizando una investigación para optar por el grado de licenciatura en administración con énfasis en gestión financiera el cual se encuentra titulado como Evaluación del efecto de la transparencia financiera y la rendición de cuentas en la confianza de los <i>stakeholders</i> en las Asociaciones de Productores de Pérez Zeledón durante el periodo 2020-2024, por lo cual, le solicitamos muy respetuosamente responder a las siguientes preguntas que se relacionan con la perspectiva que usted posee sobre las asociaciones de productores. De antemano le agradecemos su valiosa colaboración. Se garantiza que la información contenida en esta entrevista es confidencial y será utilizada exclusivamente para fines académicos.</p>	
Fecha de la entrevista:	Hora inicio:

1. Podría indicar su nombre completo: Nombre del funcionario
2. ¿Cuál es su puesto en la institución y por cuanto tiempo lo ha desempeñado?
3. ¿Las asociaciones de productores tienen la obligación de brindar informes al Ministerio de Agricultura y Ganadería sobre la gestión financiera realizada? Comente.
4. ¿Cuál es su opinión sobre los mecanismos de rendición de cuentas empleados por las asociaciones de productores para comunicar los resultados financieros a sus *stakeholders* (grupos de interés)?

5. ¿Cuál es su opinión sobre las prácticas de transparencia financiera ejercidas por las asociaciones de productores? Comente.
6. ¿Considera que las prácticas de transparencia financiera en la rendición de cuentas ejercida por las asociaciones influyen en la confianza de sus asociados?
7. ¿Cuáles aspectos considera que tienen más influencia para aumentar la confianza de personas asociadas hacia la gestión financiera de las organizaciones?
8. ¿Cuál es su opinión sobre la gestión financiera de las asociaciones de productores en lo que respecta a la satisfacción de las expectativas de personas asociadas?
9. ¿Considera que los medios y mecanismos utilizados por las asociaciones de productores son apropiados y suficientes para brindar información financiera a sus asociados?
10. ¿Considera que la frecuencia en la que las asociaciones de productores brindan información financiera es la adecuada para generar confianza en sus asociados? Comente.
11. ¿Cuál es su opinión sobre la claridad y accesibilidad de la información financiera brindada por las asociaciones de productores a sus asociados?
12. ¿Considera que existen deficiencias en las prácticas de transparencia financiera y rendición de cuentas que utilizan las asociaciones para brindar información a sus asociados, específicamente en relación con la claridad, frecuencia y accesibilidad de la información?
13. Se le invita a brindar un comentario adicional como aporte al tema en estudio.

**Apéndice B. Cuestionario aplicado a directivos de asociaciones de productores  
agropecuarios**

<b>Cuestionario para directivos de las asociaciones de productores</b>	
<p>Saludos, estudiantes de la Universidad Nacional están realizando una investigación para optar por el grado de licenciatura en administración con énfasis en gestión financiera el cual se encuentra titulado como Evaluación del efecto de la transparencia financiera y la rendición de cuentas en la confianza de los <i>stakeholders</i> en las Asociaciones de Productores de Pérez Zeledón durante el periodo 2020-2024, por lo cual le solicitamos muy respetuosamente responder a las siguientes preguntas. De antemano le agradecemos su valiosa colaboración. Se garantiza que la información contenida en este cuestionario es confidencial y será utilizada exclusivamente para fines académicos.</p>	
Nombre del encargado:	
Fecha del cuestionario:	Hora inicio:

**Módulo: Datos generales.**

D1. Razón social de la asociación de productores a la que pertenece:

\_\_\_\_\_

D2. Nombre completo:

\_\_\_\_\_

D3. Puesto que desempeña en la asociación de productores:

\_\_\_\_\_

D4. ¿Hace cuantos años ejerce como directivo en la asociación de productores?

Menos de 1 año

De 1 a 3 años

De 3 a 6 años

Más de 6 años

### **Módulo 1: Transparencia financiera**

1.1. ¿Cuáles de los siguientes mecanismos ha empleado la asociación de productores durante el periodo 2020-2024 para cumplir con la transparencia financiera a sus asociados? (Puede marcar varias opciones).

Reuniones.

Redes sociales.

Informes escritos.

Asambleas.

Capacitaciones.

Exposiciones temas de interés.

1.2. Evalúe el cumplimiento de la asociación en cuanto a la transparencia financiera hacia sus asociados.

Muy insatisfecho.

Insatisfecho.

Indiferente.

Satisfecho.

Muy satisfecho.

## **Módulo 2: Expectativas**

2.1. ¿Cómo calificaría el nivel de importancia que la asociación de productores ha otorgado al cumplimiento de las expectativas de personas asociadas en relación con el manejo financiero durante los años 2020-2024?

Bajo.

Medio.

Alto.

2.2 Seleccione los tres elementos que considere más importantes, con respecto a por qué es relevante para la asociación conocer las expectativas de personas asociadas:

Permite dirigir los recursos a la satisfacción de las necesidades de los productores.

Permite ofrecer servicios adecuados a los productores.

Permite brindar mejores beneficios a los productores.

Ayuda a identificar oportunidades de mejora.

Otro \_\_\_\_\_

### **Módulo 3: Confianza**

3.1 ¿Cuáles aspectos considera que la asociación de productores ha cumplido a satisfacción en la presentación de informes financieros a sus asociados en el periodo 2020-2024? Favor marcar máximo tres opciones.

Claridad de la información.

Divulgación frecuente de la información.

Acceso a información.

Transparencia.

Puntualidad.

3.2 ¿Cómo califica el nivel de confianza de personas asociadas durante el periodo 2020-2024?

Disminuido.

Se mantiene.

Aumentado.

3.3 ¿Cómo califica el nivel de participación de personas asociadas durante el periodo 2020-2024?

- ( ) Disminuido.
- ( ) Se mantiene.
- ( ) Aumentado.

#### **Módulo 4: Información**

4.1. ¿La información financiera de la asociación de productores se ha presentado a personas asociadas en un formato claro (forma en la que se presenta la información) durante el periodo 2020-2024?

- ( ) Totalmente de acuerdo.
- ( ) Algo de acuerdo.
- ( ) Algo en desacuerdo.
- ( ) Totalmente en desacuerdo.

4.2. ¿Cuál método ha utilizado la asociación de productores para presentar la información financiera durante los años 2020-2024? Puede marcar varias opciones.

- ( ) Documentos impresos.
- ( ) Documentos electrónicos.
- ( ) Imágenes y videos compartidos por herramientas digitales (imágenes, videos).
- ( ) Reuniones.

4.3. ¿Los informes financieros contienen explicaciones detalladas (de fácil comprensión) de las principales partidas (ingresos-gastos) para la mayoría de personas asociadas?

Totalmente de acuerdo.

Algo de acuerdo.

Algo en desacuerdo.

Totalmente en desacuerdo.

4.4. ¿Con qué frecuencia la asociación de productores comunica informes financieros con personas asociadas?

Trimestralmente.

Semestralmente.

Anualmente.

Mas de un año.

No comunica.

4.5. ¿Los miembros de la asociación de productores pueden acceder fácilmente a la información financiera?

Nunca.

Rara vez.

De vez en cuando.

Con frecuencia.

Siempre.

4.6. ¿Con qué frecuencia la asociación brinda atención a consultas relacionadas con temas financieros para personas asociadas?

( ) Nunca.

( ) Rara vez.

( ) Ocasionalmente.

( ) Frecuentemente.

( ) Muy frecuentemente.

## Apéndice C. Cuestionario aplicados a asociados de asociaciones de productores

### Cuestionario para asociados de las asociaciones de productores.

Saludos, estudiantes de la Universidad Nacional están realizando una investigación para optar por el grado de licenciatura en administración con énfasis en gestión financiera el cual se encuentra titulado como Evaluación del efecto de la transparencia financiera y la rendición de cuentas en la confianza de los *stakeholders* en las Asociaciones de Productores de Pérez Zeledón durante el periodo 2020-2024, por lo cual le solicitamos muy respetuosamente responder a las siguientes preguntas que se relacionan con su experiencia a la asociación de productores a la que pertenece. De antemano le agradecemos su valiosa colaboración. Se garantiza que la información contenida en esta entrevista es confidencial y será utilizada exclusivamente para fines académicos.

Fecha del cuestionario:

Hora inicio:

#### Módulo: Datos generales.

D1. ¿Hace cuántos años forma parte de una asociación de productores?

( ) Menos de 1 año.

( ) De 1 a 3 años.

( ) De 3 a 6 años.

( ) Más de 6 años.

### **Módulo 1: Transparencia financiera y rendición de cuentas**

1.1. ¿Cuáles de los siguientes medios considera que la asociación ha utilizado en el periodo 2020-2024 para garantizar la transparencia financiera hacia sus asociados? Puede marcar varias opciones.

( ) Publicación de informes financieros en línea.

( ) Realización de reuniones periódicas con personas asociadas.

( ) Envío de boletines informativos detallados.

( ) Presentación de estados financieros en asambleas generales.

( ) Redes sociales (WhatsApp o Facebook).

( ) Participación de personas asociadas en la elaboración del presupuesto.

( ) Otros (por favor especifique) \_\_\_\_\_.

1.2. ¿Cuál es el nivel de interés que tiene la asociación de productores en relación con la transparencia financiera y la rendición de cuentas?

( ) Muy bajo.

( ) Bajo.

( ) Medio.

( ) Alto.

( ) Muy alto.

1.3. De los siguientes mecanismos de rendición de cuentas, ¿Cuáles han sido empleados por la asociación de productores durante el periodo 2020-2024? Puede marcar varias opciones.

Asambleas.

Informes impresos.

Medios digitales.

Reuniones.

Redes sociales.

Correos electrónicos.

Otro\_\_\_\_\_.

1.4. ¿Cuál es el grado satisfacción que posee acerca de las prácticas de rendición de cuentas ejercidas por la asociación de productores durante el periodo 2020-2024?

Muy insatisfecho.

Insatisfecho.

Indiferente.

Satisfecho.

Muy satisfecho.

## **Módulo 2: Gestión**

2.1. ¿Cuáles son sus expectativas en relación con la gestión financiera de la asociación de productores? Favor marcar máximo tres opciones.

- Mayores beneficios económicos.
- Confianza en personas directivas.
- Recibir información sobre el uso del dinero.
- Gestión adecuada de la asociación.
- Transparencia en la toma de decisiones financieras.
- Mayor rentabilidad económica de la asociación.

2.2. ¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto al cumplimiento de las expectativas respecto al manejo financiero realizado por parte de la asociación de productores durante el periodo 2020-2024?

- Muy insatisfecho.
- Insatisfecho.
- Indiferente.
- Satisfecho.
- Muy satisfecho.

2.3. Desde su punto de vista, ¿cómo calificaría el nivel de integridad del equipo directivo de la asociación en la gestión financiera durante el periodo 2020-2024?

Muy bajo.

Bajo.

Medio.

Alto.

Muy alto.

2.4. ¿Cuál considera que es el nivel de responsabilidad ejercido por la asociación de productores en su manejo financiero durante el 2020-2024?

Muy bajo.

Bajo.

Medio.

Alto.

Muy alto.

2.5. ¿Cuál es su grado de satisfacción respecto a la claridad de la información recibida por la asociación de productores durante el 2020-2024?

( ) Muy insatisfecho.

( ) Insatisfecho.

( ) Indiferente.

( ) Satisfecho.

( ) Muy satisfecho.

2.6. ¿Qué nivel de satisfacción tiene con respecto al conocimiento que poseen los encargados de la asociación en gestión financiera?

( ) Muy insatisfecho.

( ) Insatisfecho.

( ) Indiferente.

( ) Satisfecho.

( ) Muy satisfecho.

2.7. ¿Con qué frecuencia ha realizado acciones para verificar que la gestión financiera realizada por la asociación de productores es la adecuada?

Nunca.

Raramente.

Ocasionalmente.

Frecuentemente.

Muy frecuentemente.

2.8. Desde su punto de vista, ¿Cuáles son los factores que más inciden en el nivel de confianza que usted posee en relación con la gestión financiera de la asociación? Favor marcar máximo tres opciones.

Transparencia.

Rendición de cuentas.

Honradez de los miembros.

Resultados obtenidos.

Otro\_\_\_\_\_.

### **Módulo 3: Efectos**

Tomando en consideración la siguiente escala, marque con x en la opción que mejor representa su valoración:

Donde 1 es totalmente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

Según las prácticas de transparencia y rendición de cuentas realizadas por la asociación para obtener confianza de sus asociados, favor indicar su grado de acuerdo o en desacuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones:

Transparencia y rendición de cuentas	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
3.1 La asociación ha brindado apoyo para mejorar la situación de sus asociados.	1	2	3	4	5
3.2 Se percibe un interés por parte de la asociación para conocer las expectativas de sus asociados.	1	2	3	4	5
3.3 La asociación posee herramientas para brindar la información relevante.	1	2	3	4	5

#### Módulo 4: Información

Tomando en consideración la siguiente escala, marque con x en la opción que mejor representa su valoración:

Donde 1 es muy insatisfecho, 2 insatisfecho, 3 indiferente, 4 satisfecho y 5 muy satisfecho.

Desde su perspectiva indique el nivel de satisfacción que posee con los siguientes puntos relacionados a la información financiera brindada por la asociación de productores durante el periodo 2020-2024.

Información	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Indiferente	Satisfecho	Muy satisfecho
4.1 Relevancia de la información financiera para dar seguimiento a la gestión financiera realizada.	1	2	3	4	5
4.2 Cantidad de la información financiera.	1	2	3	4	5
4.3 Facilidad de comprensión de la información financiera.	1	2	3	4	5
4.4. Calidad de la información financiera.	1	2	3	4	5