



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**“CULTURA ORGANIZACIONAL Y SU INFLUENCIA EN EL  
COMPORTAMIENTO INNOVADOR EN EL SECTOR FINANCIERO.”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de  
Licenciadas en Administración de Empresas.

**Autores:**

**Cofre Molina Pamela Nicol**

**Tandalla Tipanluisa Katherine Yomaira**

**Tutor:**

**Mg. Yadira Paola Borja Brazales**

**Latacunga-Ecuador**

**Agosto 2023**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

“Nosotros, Cofre Molina Pamela Nicol y Tandalla Tipanluisa Katherine Yomaira declaramos ser autores del presente proyecto de investigación: Cultura organizacional y su influencia en el comportamiento innovador en el sector financiero, siendo Mg. Yadira Paola Borja Brazales tutora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

.....  
Cofre Molina Pamela Nicol

055056909-9

.....  
Tandalla Tipanluisa Katherine Yomaira

055002703-1

## AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el título:

**“Cultura organizacional y su influencia en el comportamiento innovador en el sector financiero”**, de Cofre Molina Pamela Nicol y Tandalla Tipanluisa Katherine Yomaira, de la carrera Licenciatura en Administración de Empresas, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Julio, 2023

El Tutor

Firma

Mg. Yadira Paola Borja Brazales

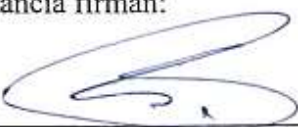
## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de Ciencias Administrativas; por cuanto, el o los postulantes: Cofre Molina Pamela Nicol y Tandalla Tipanluisa Katherine Yomaira con el título de Proyecto de Investigación: “Cultura Organizacional y su influencia en el comportamiento innovador en el sector financiero.” han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación Final del Proyecto.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, Agosto 2023

Para constancia firman:



**Lector 1 (Presidente)**

**Nombre:** Dr. Ángel Esquivel

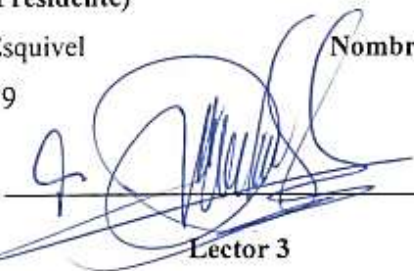
**CC:** 0502227259



**Lector 2**

**Nombre:** Ing. Mg. Maira Martínez

**CC:** 1712507761



**Lector 3**

**Nombre:** Mg. David Moreano

**CC:** 0502307960

## **AGRADECIMIENTO**

*“El éxito consiste en ir de fracaso en fracaso sin pérdida de entusiasmo.”*

*Agradezco primero a Dios por guiarme a lo largo de este camino, por ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad. También agradezco a mis padres por ser los principales promotores de mis sueños, por confiar y creer en mí, por los consejos, valores y principios que me han inculcado.*

*A mi compañera de tesis, por ser esa amiga que siempre estuvo conmigo durante toda mi carrera universitaria, brindando ayuda y compañerismo para terminar este proyecto. También quiero agradecer a mi Tutora de tesis, la Mg. Yadira Borja, por guiarnos en este proceso y brindarnos su apoyo.*

### ***Pamela***

*En primer lugar, quiero agradecer a Dios y a la Virgen de la Merced, por ser mi fuerza y apoyo en aquellos momentos de tristeza. Agradezco sinceramente a mis padres por su amor incondicional y su apoyo constante durante todo mi proceso de educación. Su aliento y sacrificio han sido fundamentales para mi éxito académico.*

*A mi amiga y compañera Pamela, por acompañarme en toda mi carrera universitaria y brindarme su apoyo para finalizar nuestro proyecto. También quiero agradecer a mi Tutora de tesis, la Mg. Yadira Borja, por guiarnos en este proceso y brindarnos su apoyo.*

### ***Katherine***

## **DEDICATORIA**

*Me dedico este trabajo a mí misma, por mi perseverancia, fortaleza y dedicación a lo largo de este proyecto, por nunca rendirme y por creer en mis capacidades, Pame. A mis padres, por su apoyo constante e incondicional y por enseñarme el valor del esfuerzo y la dedicación, a mis hermanos por sus ánimos brindados y a mis amigos, por su aliento y compañía durante esta etapa de mi vida académica. Gracias por ser mi red de apoyo y por celebrar cada pequeño avance conmigo.*

### ***Pamela***

*Quiero dedicar este paso importante en mi vida a mi padre Marco Tandalla y a mi madre Rosa Tipanluisa, unos padres fuertes y luchadores que han dado todo por mí, que no han permitido que nunca me falte nada, me han apoyado incondicionalmente, me han guiado por el buen camino, siempre están presentes empujándome a seguir adelante dando lo mejor de mí.*

*A mis hermanos por escucharme e impulsarme a dar lo mejor y a mis sobrinos quienes con su inocencia y ternura me motivan e incentivan a no rendirme y ser una buena tía y ejemplo para cada uno de ellos.*

*De manera especial a Mauricio, por brindarme su cariño y apoyo incondicional.*

### ***Katherine***

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECÓNICAS

**TITULO:** “CULTURA ORGANIZACIONAL Y SU INFLUENCIA EN EL COMPORTAMIENTO INNOVADOR EN EL SECTOR FINANCIERO”

**Autoras:** Cofre Molina Pamela Nicol  
Tandalla Tipanluisa Katherine Yomaira

**Tutora:** Mg. Borja Brazales Yadira Paola

### RESUMEN

El presente proyecto, con el tema La Cultura Organizacional y su influencia en el comportamiento innovador en el sector financiero específicamente en la Cooperativa de ahorro y crédito Sumak Samy, cuyo objetivo es determinar la relación existente entre la cultura organizacional y el comportamiento innovador en el sector financiero, para esta investigación se utilizó un enfoque cuantitativo con investigaciones: exploratoria, descriptiva, bibliográfica y de correlación. La unidad de estudio son 20 personas que representan el total de los colaboradores de la cooperativa Sumak Samy, a los cuales se aplicó herramientas como la encuesta para la recopilación de información, datos verídicos y confiables. Se aplicó dos cuestionarios: para la cultura organizacional, el de Denison (1990) y para el comportamiento innovador, Janssen (2000). Para determinar la confiabilidad de los instrumentos, para ello se utilizó el alfa Cronbach obteniendo como resultado el 0.73 para la cultura organizacional y 0.69 para el comportamiento innovador, lo que indica que ambas escalas tienen una consistencia interna aceptable, lo que significa que las preguntas en cada dimensión están relacionadas de manera adecuada y miden de manera confiable los constructos que se buscan evaluar, visualizando así que no existe deficiencia baja ni alta. Concluyendo en la investigación que es necesario mejorar los indicadores de cultura organizacional y comportamiento innovado, por ende, se muestra pertinencias en la acción de mejora para que se aplique en la Cooperativa de Ahorro y crédito Sumak Samy y mejoren estos aspectos.

**Palabras claves:** Cultura, comunicación, comportamiento, innovación, organización.

**TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI**  
**FACULTY OF ADMINISTRATIVE AND ECONOMIC SCIENCES**  
**BUSINESS ADMINISTRATION CAREER**

**TITLE:** "ORGANIZATIONAL CULTURE AND ITS INFLUENCE ON INNOVATIVE BEHAVIOR IN THE FINANCIAL SECTOR "

Authors: Cofre Molina Pamela Nicol  
Tandalla Tipanluisa Katherine Yomaira

Tutor: Mg. Borja Brazales Yadira Paola

**ABSTRACT**

The present project, with the theme Organizational Culture and its Influence on Innovative Behavior in the Financial Sector, specifically in the Sumak Samy Savings and Credit Cooperative, whose objective is to determine the relationship between organizational culture and innovative behavior in the financial sector, for this research a quantitative approach was used with exploratory, descriptive, bibliographic and correlation research. The unit of study is 20 people representing the total number of collaborators of the Sumak Samy cooperative, to which tools such as the survey were applied for the collection of information, and truthful and reliable data. Two questionnaires were applied: for organizational culture, Denison (1990) and for innovative behavior, Janssen (2000). To determine the reliability of the instruments, the Cronbach alpha was used to obtain a result of 0.73 for organizational culture and 0.69 for innovative behavior, which indicates that both scales have an acceptable internal consistency, which means that the questions in each dimension are adequately related and reliably measure the constructs to be evaluated, thus visualizing that there is no low or high deficiency. The research concludes that it is necessary to improve the indicators of organizational culture and innovative behavior, therefore, it shows relevance in the improvement action to be applied in the Sumak Samy Savings and Loan Cooperative and improve these aspects.

**Keywords:** Culture, Communication, Behavior, Innovation, Organization.





## ***AVAL DE TRADUCCIÓN***

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal **CERTIFICO** que:

la traducción del resumen al idioma Inglés del proyecto de investigación cuyo título versa: **CULTURA ORGANIZACIONAL Y SU INFLUENCIA EN EL COMPORTAMIENTO INNOVADOR EN EL SECTOR FINANCIERO** presentado por: **Cofre Molina Pamela Nicol y Landalla Tipanluisa Katherine Yomaira**, egresadas de la Carrera de Administración de Empresas perteneciente a la **Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas**, lo realizaron bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Así mismo, en todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo a las peticionarias hacer uso del presente aval para los fines académicos legales.

Latacunga, agosto del 2023

Atentamente,



BLANCA GLADYS  
SANCHEZ AVILA

**MSc. Blanca Gladys Sánchez**

**DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC**

**CI: 2100275375**



CENTRO  
DE IDIOMAS

## Contenido

PORTADA .....	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....	ii
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN .....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT .....	viii
AVAL DE TRADUCCIÓN .....	ix
<b>ANEXO 1. PLAN DE INVESTIGACIÓN (PROYECTO)</b> .....	<b>1</b>
1. Planteamiento del problema .....	3
2. Justificación.....	5
2.1. Formulación del problema.....	6
3. Objetivos .....	6
3.1. Objetivo general .....	6
3.2. Objetivos específicos.....	6
3.3. Cronograma de actividades y método de tareas en correspondencia con los objetivos planteados. ....	7
4. Beneficiarios del proyecto.....	8
5. Fundamentación científico técnica.....	8
5.1. Antecedentes investigativos .....	8
5.2. Marco teórico .....	10
5.2.1. Cultura.....	10
5.2.2. Origen de la cultura organizacional .....	11
5.2.3. Teorías de cultura organizacional .....	11
5.2.4. La cultura y su importancia en el desarrollo de las empresas.....	12
5.2.5. Elementos de la cultura organizacional .....	13
5.2.6. Características de la cultura organizacional.....	14
5.2.6.1. Regularidad de los comportamientos observados .....	15
5.2.6.2. Normas.....	15
5.2.6.3. Valores dominantes .....	16
5.2.6.4. Filosofía.....	16
5.2.6.5. Reglas .....	17
5.2.6.6. Clima Organizacional .....	17

5.2.7.	Funciones de la cultura organizacional .....	18
5.2.7.1.	La marca .....	18
5.2.7.2.	El equipo de trabajo.....	18
5.2.7.3.	Los clientes.....	19
5.2.8.	Beneficios de la cultura organizacional .....	19
5.2.9.	Importancia de la cultura organizacional .....	20
5.2.10.	Clasificación de la cultura organizacional .....	21
5.2.11.	Modelos de la cultura en las organizaciones.....	22
5.2.12.	Dimensión de la cultura organizacional.....	22
5.3.	Comportamiento innovador.....	24
5.3.1.	Comportamiento .....	24
5.3.2.	Innovación.....	24
5.3.3.	Origen del comportamiento innovador .....	25
5.3.4.	Teorías del comportamiento innovador .....	26
5.3.4.	Tipos de innovación.....	26
5.3.4.1.	Innovación en producto/servicio.....	27
5.3.4.2.	Innovación en procesos.....	27
5.3.4.3.	Innovación de marketing.....	27
5.3.4.4.	Innovación organizacional .....	27
5.3.5.	Modelos de innovación .....	28
5.3.5.1.	Modelos lineales: el impulso tecnológico y el tirón de la demanda.....	28
5.3.5.2.	Modelos mixtos: la retroactividad también es importante .....	28
5.3.6.	Clasificación del comportamiento innovador .....	29
5.3.7.	La importancia del comportamiento innovador .....	29
5.3.8.	Beneficios del comportamiento innovador .....	30
5.3.9.	Dimensión del comportamiento innovador.....	31
6.	Metodología .....	32
6.1.	Enfoque de investigación.....	32
6.2.	Tipo de investigación.....	32
6.2.1.	Investigación bibliográfica .....	32
6.2.2.	Investigación correlacional .....	33
6.3.	Diseño de investigación.....	34
6.3.1.	Diseño no experimental .....	34
6.3.2.	Alcance de investigación .....	34
6.4.	Método de investigación.....	35
6.4.1.	Deductivo .....	35
6.5.	Técnica de investigación .....	35

6.5.1.	Encuesta .....	35
6.6.	Instrumento de investigación.....	36
6.6.1.	Cuestionario .....	36
6.7.	Unidad de estudio .....	37
6.8.	Plan de recolección de datos.....	37
6.9.	Procesamiento y análisis de datos .....	38
7.	Resultados .....	38
7.2.	Análisis descriptivo cultura organizacional.....	42
7.2.1.	Participación.....	43
7.2.2.	Consistencia .....	45
7.2.3.	Adaptabilidad .....	46
7.3.	Análisis descriptivo comportamiento innovador.....	48
7.3.2.	Promoción de ideas .....	50
7.3.3.	Realización de ideas.....	51
7.4.	Análisis de correlación .....	52
7.5.	Hipótesis .....	53
8.	Propuesta .....	55
9.	Conclusiones .....	61
10.	Recomendaciones.....	62
11.	Bibliografía citada .....	63
12.	Anexos.....	67

## **ANEXO 1. PLAN DE INVESTIGACIÓN (PROYECTO)**

La estructura del plan de investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi se detalla a continuación:

### **1. INFORMACIÓN GENERAL**

**Título del proyecto:**

“Cultura Organizacional y su influencia en el comportamiento innovador en el sector financiero.”

**Fecha de inicio:** Octubre del 2022

**Fecha de finalización:** Agosto del 2023

**Lugar de ejecución:**

Carrera de Administración de empresas de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

**Facultad que auspicia**

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.

**Carrera que auspicia:**

Administración de Empresas.

**Proyecto de investigación generativo vinculado (si corresponde):**

Proyecto de la Carrera

**Grupo de investigación:** No

**Equipo de trabajo:**

**Tutor:** Mg. Yadira Paola Borja Brazales.

**Cédula:** 050278683-3

**Investigadores:**

- Cofre Molina Pamela Nicol

**Cedula:** 055056909-9

- Tandalla Tipanluisa Katherine Yomaira

**Cedula:** 055002703-1

**Área de conocimiento:**

Administrativa.

**Línea de investigación:**

Administración y economía para el desarrollo humano y social.

**Sub líneas de investigación de la Carrera (si corresponde):**

- Estrategias administrativas

## **1. Planteamiento del problema**

En Latinoamérica respondiendo a las necesidades locales y globales que exige la competencia de un mundo en constante cambio (Drucker, 1999) y adaptación, las empresas han tenido que modificar sus estrategias innovación de productos y procesos. Ante los retos de la innovación las firmas responden con estructuras duras basadas en los recursos y desempeño, pero también con otras formas de gestión consideradas como blandas que se fundamentan las formas de actuar de quienes trabajan en ellas. Las culturales tienen asiento en creencias, valores, supuestos, competencias y destrezas de los sujetos de las empresas y ambas estructuras son determinantes en las formas de pensar y las actuaciones innovadoras.

En Latinoamérica el 93% instituciones financieras creen que existe una relación clara entre cultura e innovación, el 95% considera la cultura de su organización como una fuente de ventaja competitiva y el 82% caracteriza la cultura de su compañía como una cultura de alto desempeño.

Estos resultados demuestran que la mayoría de las instituciones financieras en América Latina perciben la importancia de la cultura organizacional y su impacto en el comportamiento innovador. También resaltan la visión positiva que tienen sobre la cultura como un activo estratégico y una fuente de ventaja competitiva.

En Ecuador se está tomando cada vez más en consideración la cultura organizacional como aspecto fundamental que permite lograr la sensatez institucional. Además, la cultura organizacional que caracteriza a las empresas ecuatorianas posee condiciones restrictivas para la aplicación y funcionalidad de herramientas

administrativas por lo que actualmente ha pasado a ser un tema de gran interés debido a la fuerte influencia que ésta genera en el comportamiento innovador de los miembros de una organización.

En la actualidad, el sector financiero se encuentra en un entorno altamente competitivo y dinámico, en el que la innovación es clave para mantenerse a la vanguardia del mercado. Sin embargo, a pesar de la importancia que se le da a la innovación, muchas organizaciones financieras no logran implementarla de manera efectiva en su operación diaria. Uno de los factores que puede estar influyendo en esta situación es la cultura organizacional de estas empresas y su impacto en el comportamiento innovador de sus empleados.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Sumak Samy no posee buena comunicación ni buenas relaciones interpersonales entre sus empleados, limitando el crecimiento colectivo de la empresa y ocasionando una disconformidad corporativa. La problemática del presente estudio se fundamenta en que la institución no presenta un buen nivel de cultura organizacional, lo que se encuentra sujeto a eventos que afectan el aumento de los factores positivos para la interrelación entre los trabajadores de la cooperativa, la cultura organizacional, rígida y exigente presenta problemas de adaptación al entorno externo, así como, una carencia en el incentivo al compromiso de la organización enfocado a una colaboración entre los empleadores, un mayor compromiso con la actividad correspondiente, y como efecto colateral se presenta un ambiente laboral poco productivo y una imagen corporativa externa e interna deficiente.



Por lo tanto, el objetivo de este trabajo fue diagnosticar la cultura organizacional en relación con el comportamiento innovador con el fin de mejorar significativamente la gestión administrativa de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sumak Samy aspecto que además contribuirá a la atención personalizada, dinámica y oportuna al cliente.

## **2. Justificación**

La presente investigación tiene como finalidad mejorar la cultura organizacional y su influencia en el comportamiento innovador en el sector financiero, principalmente en la Cooperativa Sumak Samy. Por lo tanto, este proyecto es muy importante porque ayudará a la organización a implementar actividades encaminadas a fortalecer la cultura organizacional, con el fin de eliminar los factores que se encuentran afectando el comportamiento innovador de los trabajadores.

La cultura organizacional es un factor crítico en el comportamiento innovador de las empresas, incluyendo el sector financiero. Las empresas financieras que desean innovar y mantenerse competitivas deben tener una cultura que fomente la creatividad, la experimentación y el riesgo calculado. Sin embargo, muchos bancos y empresas financieras tienen culturas que enfatizan la estabilidad, la eficiencia y la minimización del riesgo, lo que a menudo resulta en una falta de innovación.

Una cultura organizacional reúne a las personas de la organización con diferentes perspectivas, pero con un propósito común, que define un conjunto de cualidades, gestiones, creencias, valores y normas, que comparten las personas que conforman la empresa y de este modo trabajar en un entorno armónico, se propone el

instrumento para medir la cultura del autor principal de Daniel Denison con su modelo de evaluación del desempeño, que permitirá identificar el panorama sobre la cultura organizacional.

Además, esta investigación es novedosa porque no existen investigaciones previas sobre la evaluación de la cultura organizacional y el comportamiento innovador en la Cooperativa Sumak Samy. Finalmente, el proyecto de investigación es factible debido a que se cuenta con el consentimiento del gerente de la cooperativa para la ejecución.

## **2.1. Formulación del problema**

¿Cómo influye la cultura organizacional en el comportamiento innovador en el sector financiero?

## **3. Objetivos**

### **3.1. Objetivo general**

- Determinar la influencia de la cultura organizacional en el comportamiento innovador en el sector financiero.

### **3.2. Objetivos específicos**

- Describir el constructo teórico en relación con las teorías de la cultura organizacional y el comportamiento innovador, a través de una revisión exhaustiva de la literatura, en base de datos científicas.

- Diagnosticar la relación entre la cultura organizacional y el comportamiento innovador.
- Proponer acciones de mejora que permita fortalecer la incidencia de la cultura organizacional en el comportamiento innovador.

### 3.3.Cronograma de actividades y método de tareas en correspondencia con los objetivos planteados.

**Tabla 1:**

*Tareas en relación con los objetivos planteados*

<b>Objetivo específico</b>	<b>Actividades</b>	<b>Cronograma</b>	<b>Productos</b>
Describir el constructo teórico en relación con las teorías de la cultura organizacional y el comportamiento innovador, a través de una revisión exhaustiva de la literatura, en base de datos científicas.	Indagar el marco teórico mediante fuentes bibliográficas. Búsqueda de antecedentes de diferentes fuentes bibliográficas.	Semana 1-5	Marco teórico Antecedentes
Diagnosticar la relación entre la cultura organizacional y el comportamiento innovador.	Definir y delimitar la población que será estudiada en esta investigación. Aplicación del instrumento (ENCUESTA).	Semana 6-11	Población y muestra. Recolección de información. Análisis de datos.
Proponer acciones de mejora que permita fortalecer la incidencia de la cultura organizacional en el comportamiento innovador.	Análisis e interpretación de los resultados finales y socialización de resultados.	Semana 12-16	Finalización del proyecto de investigación.

*Nota:* descripción de las actividades y tareas en base con los objetivos planteados. Elaboración propia.

#### **4. Beneficiarios del proyecto**

Los beneficiarios del proyecto son de forma directa, los directivos de la organización y sus trabajadores, representando un total de 20 personas de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Sumak Samy”.

#### **5. Fundamentación científico técnica**

##### **5.1. Antecedentes investigativos**

La cultura organizacional es una variable importante para la gestión de cualquier organización, permite reconocer la importancia que tiene en las empresas, que por uno u otro motivo no les han dedicado la atención suficiente a estos temas, lamentablemente las consecuencias suelen presentarse como: mal funcionamiento en toda la organización.

Para la realización de la investigación se utilizó diversas fuentes de apoyo, entre las cuales destacan las siguientes tesis consultadas, abordando un nivel, macro, meso, y micro dentro de las revisiones bibliográficas.

De acuerdo a las autoras Paola Robles, Yesmín Alabart y Tomás Rodríguez, año 2016 en la Universidad Tecnológica empresarial de Guayaquil-Ecuador. Realizó la investigación titulada como La cultura organizacional y su influencia en el comportamiento innovador de la Empresa Pública de Parques Urbanos y Espacios Públicos de la provincia del Guayas. La cual permite valorar la influencia de la cultura organizacional en el comportamiento innovador de la Empresa Pública de Parques Urbanos y Espacios Públicos de la provincia del Guayas. Los métodos aplicados que los directivos, mandos medios y empleados concordaron que aún falta socializar las

formas en que se gestionan los indicadores, dimensiones y variables desarrolladas en este estudio.

Según, Paul Freire Sierra, año 2015, en la Universidad Tecnológica Empresarial De Guayaquil. Realizo la presente investigación "La Cultura Organizacional Y Su Influencia En El Comportamiento Innovador Del Hospital General II-De Libertad" en la cual se quería Determinar la relación entre la cultura organizacional y el comportamiento innovador del Hospital General II de Libertad. De acuerdo a los resultados obtenidos se ve el alcance de poder desarrollar un modelo de cultura organizacional dentro de la entidad de estudio, debido al interés de lograr un ambiente de trabajo favorable. De esta investigación se tomó en cuenta las algunas referencias para entender que es la cultura organizacional y el comportamiento innovador.

Además, Ignacio Gómez Roldán 2013, realizo una investigación sobre la Innovación Y Cultura Organizacional. Misma que se centró en comprobar la asociación de cultura de la organizacional y la innovación e identificar los efectos de los componentes de la cultura corporativa en ella. Cabe recalcar que sus resultados fueron favorables pues se observó el involucramiento en el sector servicios muestran que los mayores valores de involucramiento en este sector hacen que la innovación sea 1.8 veces más. En la característica involucramiento para el sector industrial solo lo favorecería en 1,21 veces. De esta investigación solo recopilamos, información sobre nuestro tema y así integrarlo a nuestra investigación.

De igual Evelyn Janeth Ruiz Ortega, la cultura organizacional y su influencia en el comportamiento innovador del servicio nacional de aduana del Ecuador. En dicha investigación se quiere analizar la influencia de la cultura organizacional en el comportamiento innovador del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Y los resultados se puede observar que permite encontrar soluciones concretas al problema que es la falta de cultura organizacional e innovación. De la presente investigación se tomó en cuenta la revisión bibliográfica para encontrar más datos sobre nuestra investigación.

## **5.2.Marco teórico**

### **5.2.1. Cultura**

Se refiere al conjunto de valores, creencias, normas y prácticas compartidas por los miembros de dicha organización. Es la personalidad de la empresa y puede influir en su desempeño, productividad y satisfacción de los empleados. La cultura organizacional se transmite de manera informal y formal y puede ser moldeada por los líderes y la gestión de la organización (Villacis, 2023, p.22).

En este contexto la cultura en la cooperativa es fundamental para establecer una identidad y un propósito compartido, que motiva a los socios a trabajar en conjunto para lograr sus objetivos financieros y sociales, de igual forma una cultura de calidad es esencial para garantizar la satisfacción de los clientes y empleados, así como para mejorar continuamente los procesos y resultados de la organización.

### **5.2.2. Origen de la cultura organizacional**

El origen de la cultura organizacional se remonta a la década de 1950, cuando los estudiosos hayan reconocido la importancia de los valores compartidos y las normas en el funcionamiento de las organizaciones. Uno de los pioneros en este campo fue el psicólogo social Kurt Lewin, quien desarrolló la teoría del campo de fuerza y resaltó la influencia del entorno social en el comportamiento humano.

El objetivo principal de un programa de cultura organizacional se basa en que el sistema aprenda y convierta las acciones, distribución de trabajo, recursos y desarrollo de relaciones interpersonales en una mejor calidad de servicio hacia el consumidor. Mejorar y aumentar la eficiencia del proceso de ejecución con el fin de poder responder proactivamente a los constantes cambios en un entorno altamente competitivo, las organizaciones exitosas son aquellas capaces de adaptarse e implementar cambios de manera proactiva. Las organizaciones que toman el rol de mantenerse aprendiendo, son aquellas que están dispuestas a asumir nuevos roles y responsabilidades y constantemente avanzan y se capacitan en tecnología. (Araujo, 2020).

### **5.2.3. Teorías de cultura organizacional**

Para Chiavenato, (1989), la Cultura organizacional es un modo de vida, un sistema de creencias y valores, una forma aceptada de interacción y relaciones típicas de determinada organización.

La cultura organizacional también es definida como un patrón de comportamiento desarrollado por una empresa mientras aprende a enfrentar sus

problemas de adaptación externa e integración interna; este comportamiento es aceptado como válido por todos y enseñado a los nuevos miembros (Hunger et al. 2008).

Una cultura organizacional concentra a los individuos de la empresa, existiendo la posibilidad de reunir a diferentes perspectivas con un objetivo común, con respecto a esas expectativas se refiere, a cómo se comportan y trabajan los individuos como un buen equipo, considerando el grupo de valores, creencias, hábitos, tradiciones, reacciones y vivencias de una organización (Arauzo, 2020).

Las organizaciones exitosas tienen una cultura sólida que atrae, retiene y recompensa a los trabajadores por su alto desempeño y logro de metas, y una de las relaciones más importantes de la alta dirección es construir una cultura que pueda marcar la diferencia, en términos de ética y estilo administrativo la cultura organizacional también permite a las empresas anticiparse y aceptar los cambios provocados por el entorno para mejorar su calidad de servicio y satisfacer las demandas de calidad de la sociedad.

#### **5.2.4. La cultura y su importancia en el desarrollo de las empresas**

La cultura organizacional se distingue como un elemento de importancia por los valores, creencias, ritos, rituales, historias, leyendas, idioma, símbolos y líderes, estos elementos son el medio para fomentarlo, va tomando cada vez mayor calidad en la investigación del comportamiento de las organizaciones, dada la importancia de las mismas se ejecutan esfuerzos para conocer las personas que trabajan en un ambiente que perciben la cultura organizacional de la empresa (Felipe, 2013).



Se puede asegurar que las culturas generaran compromiso con los valores corporativos o la filosofía de gestión, lo que permite que los empleados trabajen por algo en lo que creen. Las culturas sirven como un método de control en la organización, debido a que de ellas derivan los procesos, reglas y formas que generan los patrones de comportamiento y finalmente existen estudios que aseguran que algunos tipos de culturas organizacionales están asociadas con una mayor productividad y rentabilidad (Felipe, 2013).

La cultura organizacional tiene un impacto significativo porque establece una identidad, promueve la cohesión y el trabajo en equipo, mejora el clima laboral, retiene el talento, y contribuye a la adaptación al cambio y a la diferenciación competitiva. Además, mejora la imagen y reputación de la empresa, y contribuye a la toma de decisiones éticas y al logro de resultados sostenibles. Por último, una cultura organizacional basada en la ética y el cumplimiento normativo puede garantizar la integridad y evitar infracciones que puedan dañar la reputación de la cooperativa.

#### **5.2.5. Elementos de la cultura organizacional**

La cultura organizacional está formada por la naturaleza institucionalizada de la unidad organizacional; las cuales surgen y se conjugan con las creencias y valores de los integrantes y son compartidas en el imaginario colectivo, los elementos que se describirán provienen del Libro Comportamiento Organizacional de los autores (Robbind y Judge, 2013), siendo estos:

**Tabla 2:***Elementos de la cultura organizacional*

<b>Elementos de la cultura organizacional</b>	
Orientado al resultado	Actitud gerencial, cuyas decisiones están encaminadas a lograr resultados en el menor tiempo posible.
Orientado a la gente.	En qué medida la dirección considera la importancia del talento en la organización.
Orientado a los equipos	En el desempeño de las actividades está organizado por equipos de trabajo que trabajan juntos para lograr resultados.
Dinamismo	El nivel de actividad y competitividad laboral que muestran las personas.
Estabilidad	La medida en que la organización se esfuerza por proporcionar a sus empleados estabilidad laboral
Innovación y toma de riesgos	En medida se anima a los empleados a ser innovadores y asumir riesgos.
Atención a los detalles	El grado en que las personas quieren demostrar precisión, análisis y atención al detalle.

*Nota:* Elaboración propia.

En este sentido los elementos de la cultura organizacional son los componentes fundamentales que conforman la identidad y los valores de la cooperativa, además permiten establecer una identidad única, alinear a los empleados en torno a metas y objetivos comunes, orientarse hacia el cliente, guiar la toma de decisiones, adaptarse al cambio y atraer y retener talento.

### **5.2.6. Características de la cultura organizacional**

La cultura organizacional indica que los individuos y grupos de una organización desarrollan y fortalecen los valores, signos y símbolos únicos y particulares con el pasar del tiempo. Por lo tanto, la cultura organizacional se puede caracterizar por varias características que la definen y la distinguen. A continuación, se presentan algunas de las características más comunes de la cultura organizacional:

### ***5.2.6.1.Regularidad de los comportamientos observados***

La principal herramienta de trabajo para entender que el comportamiento es el lenguaje, diferenciándose por sus comportamientos y acciones desarrollados diariamente en la organización (Minsal, 2007). Esos rituales que se presentan constantemente en la organización ratifican lo que es fundamental para la misma, así como lo que se espera por sus miembros (Calderón et al., 2003). De igual forma, dentro de las organizaciones el lenguaje incluye el vocabulario único, sus dichos, expresiones particulares, de igual forma, el lenguaje no verbal o las actitudes se identifican a través de los gestos, señas o posturas de los miembros (Toca, 2009).

En contexto, evaluar la regularidad de los comportamientos observados en una organización es fundamental para garantizar la confianza de los inversores, clientes y reguladores en el funcionamiento de la entidad. Una entidad con comportamiento regular inspira confianza y contribuye a la estabilidad y solidez de la organización.

### ***5.2.6.2.Normas***

Las normas defienden lo que la persona debe ser, que a su vez es la aplicación de la práctica de los valores. Esos aspectos son como códigos de conducta que regulan el comportamiento de los miembros de la organización. Es decir, que las normas pueden abarcar diversos aspectos, como la forma en que se comunican los empleados entre sí y con los clientes, cómo se toman las decisiones, cómo se resuelven los conflictos, qué se valora y premia dentro de la organización, entre otros. Por lo tanto, es importante que exista buenas normas en la cooperativa porque son reglas o pautas

que guían el comportamiento de los miembros de una organización y contribuyen a la forma en que la cooperativa opera y se relaciona tanto interna como externamente

#### **5.2.6.3. Valores dominantes**

Los valores dominantes son la certeza que se tiene como organización para cumplir sus objetivos, su base es moral, es un pilar de la cultura corporativa y son percepciones que los miembros de una organización construyen con relación a las situaciones, a las acciones y a los objetivos de la empresa, estos representan la manera como deberían ser las cosas (Domínguez, 2002). Así mismo, para las organizaciones estos valores dominantes serán aquellos principios que le permiten cumplir con su misión y visión, así mismo, representan las cualidades de sus miembros (Alles, 2013).

Según el autor los valores dominantes son importantes dentro de la cooperativa Sumak Samy para promover la estabilidad, la confianza y el desarrollo sostenible del sector financiero, en este sentido son la prudencia en la toma de decisiones, estos valores suelen orientarse hacia la satisfacción de los socios y la comunidad en general. Además, la importancia de los valores dominantes radica en su influencia en la cultura y en las decisiones de una organización o sociedad.

#### **5.2.6.4. Filosofía**

La filosofía en las organizaciones son aquel conjunto de creencias y valores que comprenden la esencia de la misma, y que sus miembros se rigen bajo ella; la filosofía orienta a los miembros y les dan identidad, como miembros de una organización (Charón, 2007).

En este sentido la filosofía de una cultura organizacional se refiere a los valores fundamentales y principios que guían y sustentan el comportamiento, las acciones y las decisiones dentro de una organización y sobre todo es la base sobre la cual se construye la cultura de esa organización y define su identidad única.

#### ***5.2.6.5.Reglas***

Según Arauzo (2020) señala que los reglamentos son fundamentales, puesto que, guían el comportamiento de los miembros al interior de la organización, las reglas, permite que la organización funcione sin ningún inconveniente y es así que los nuevos integrantes de la organización deben adaptarse a las mismas.

Es decir, las reglas en una organización son esenciales para establecer un marco de funcionamiento transparente, equitativo y coherente, además, ayudan a proteger los derechos de los miembros, promueve la participación y toma decisiones, y mantiene la estabilidad y la continuidad de la organización.

#### ***5.2.6.6.Clima Organizacional***

Schneider y Hall (2014) lo define como un conjunto de percepciones de los individuos respecto a su medio interno de trabajo, es decir, que esto ha de reflejar la adhesión de los elementos personales en unión con los elementos de la organización. Así mismo, el clima organizacional es una realidad en las organizaciones, aparece de las relaciones encontradas en los diversos subsistemas y establece la relación entre los individuos y ambiente (Mondragón, 2008).

De acuerdo con los actores el clima organizacional se refiere a las percepciones, actitudes y sensaciones compartidas por los miembros de una organización sobre el entorno de trabajo en un momento dado. Además, se trata de cómo los empleados experimentan y perciben aspectos como la comunicación, el liderazgo, las políticas y la estructura organizativa.

### **5.2.7. Funciones de la cultura organizacional**

La cultura organizacional desempeña varias funciones en una empresa u organización. Estas funciones permiten fortalecer los lazos de identidad corporativa entre tres actores principales: la marca, el equipo de trabajo y los clientes. A continuación, se describen algunas de las funciones más importantes de la cultura organizacional:

#### **5.2.7.1. La marca**

Es el elemento central de la identidad corporativa, representa los valores, la visión y la cultura de la empresa. Es la cara visible de la empresa y comunica su propuesta de valor a los clientes. Los lazos entre la marca y los otros actores son esenciales para transmitir una imagen consistente y coherente de la empresa.

#### **5.2.7.2. El equipo de trabajo**

Desempeña un papel fundamental en la identidad corporativa, puesto que los empleados son embajadores de la marca y representan los valores y la cultura de la empresa en su trabajo diario. Los lazos entre la marca y el equipo de trabajo se

fortalecen a través de una comunicación clara y efectiva, así como de la alineación de los valores y objetivos de la empresa.

### **5.2.7.3. Los clientes**

Son una parte crucial de la identidad corporativa, porque son quienes interactúan directamente con la marca y experimentan sus productos o servicios. Los lazos entre la marca y los clientes se construyen a través de la satisfacción del cliente, la calidad de los productos o servicios y la comunicación efectiva. Una relación sólida con los clientes fortalece la identidad corporativa y genera lealtad hacia la marca.

Por lo tanto, los lazos de identidad corporativa entre la marca, el equipo de trabajo y los clientes son esenciales para establecer una imagen consistente y coherente de la empresa. Además, el tener una buena cultura organizacional permite proyecta estabilidad y eleva los niveles de productividad y calidad en cada actividad de los empleados puede tener un impacto positivo en el desempeño y el éxito de la cooperativa. Al crear un ambiente de trabajo seguro y confiable, así como promover la excelencia y la colaboración, se pueden lograr mejores resultados en términos de productividad y calidad.

### **5.2.8. Beneficios de la cultura organizacional**

Los beneficios de la cultura organizacional pueden incluir:

- Fortalece la imagen de la marca que la organización quiere proyectar.
- Aumenta la motivación y la satisfacción de los empleados.
- Refuerza la comunicación interna y externa de la empresa.

- Facilita la toma de decisiones y promueve el trabajo en equipo.
- Genera un marco de trabajo sólido y coherente con los valores y objetivos de la organización.
- Optimiza el rendimiento general de la empresa y potencia su productividad

### **5.2.9. Importancia de la cultura organizacional**

Robbins y Judge (2013) identifican lo siguiente con respecto al papel de la cultura en las organizaciones:

- a) Una cultura que instituye límites y se diferencia de otras organizaciones;
- b) Es el sentido de pertenencia entre los miembros que integran la organización;
- c) Fortalece el concepto de compromiso e incluso va más allá del interés propio,
- d) Aumentar la interacción;
- e) Guía para la acción y actitud de trabajo

Se considera de gran relevancia de la cultural sobre la empresa, porque controla el comportamiento de sus socios, moldea las actitudes mediante la resolución de conflictos e identificación de sus miembros, también da la oportunidad de describir su personalidad y lo que la diferencia de las demás organizaciones (Perez, 2018).

Los empleados que muestran una actitud positiva aumentan la eficiencia de la empresa, lo cual es producto de su cultura, por lo tanto, la estrategia debe ser reforzada por la cultura de la organización y así darle una ventaja sobre sus competidores. Si la estrategia empresarial y la cultura corporativa se mueven en direcciones diferentes, por muy buena que sea la estrategia, la cultura ganará (Griffin, 2017, p.38).



### 5.2.10. Clasificación de la cultura organizacional

Robbins (2013) clasifica a la cultura en: cultura fuerte y débil, con una cultura fuerte, los miembros compartirán una misión y valores sólidos, esto significa que las personas que están inmersas en la organización se muestren comprometidas y compartan valores creando una cultura más fuerte y un entorno con amplios dominios de comportamiento.

Una organización con una cultura débil mostraría poca claridad de valores, incapacidad para marcar un rumbo organizacional y tendencia a desaparecer, por tanto, los valores deben ser promovidos de tal forma que sean compartidos en diferentes niveles para poder permanecer en el mercado (Robbins y Judge, 2013).

**Tabla 3:**

*Culturas fuertes frente a débiles*

Culturas fuertes	Culturas débiles
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Valores ampliamente compartidos</li> <li>2. La cultura proporciona un mensaje coherente sobre lo que es importante.</li> <li>3. La mayoría de los empleados pueden contar la historia de la empresa o la historia de un personaje.</li> <li>4. Los empleados se identifican plenamente con esta cultura.</li> <li>5. Existe una fuerte correlación entre los valores compartidos y el comportamiento.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los valores están seleccionados, normalmente a la alta dirección.</li> <li>2. La cultura envía mensajes contradictorios sobre lo que es importante.</li> <li>3. Los empleados no saben mucho sobre la historia o los personajes de la empresa.</li> <li>4. Los empleados rara vez se identifican con la cultura.</li> <li>5. Existe poca correlación entre los valores compartidos y el comportamiento.</li> </ol>

*Nota: La cultura organizacional y el entorno Robbins y Couter (2010).*

### 5.2.11. Modelos de la cultura en las organizaciones

Se han realizado diversos estudios y análisis del concepto, sentido y dinámica de la cultura desde diferentes perspectivas. De esta forma, se proponen varios modelos en torno a la estructura, donde muestra cada propiedad que configura el perfil de cada organización (Gaván et al., 2020).

**Tabla 4:**

*Modelos de la cultura*

<b>Autores</b>	<b>Modelos de la cultura</b>	<b>Definición</b>
Nakata (2009); Hofstede (2005)	Modelo de orientación cultural	Se refiere a un enfoque teórico que busca analizar cómo las diferentes culturas pueden influir en el comportamiento de las personas y las organizaciones.
Payne (2001)	Modelo tridimensional de la cultura	Hace referencia a algún modelo relacionado con la identificación de dimensiones culturales y su impacto en el comportamiento y la gestión empresarial o intercultural.
Schein (2010)	Modelo de Schein	Se refiere a una teoría o enfoque desarrollado por el experto en cultura organizacional, que busca explicar cómo la cultura se forma y se manifiesta en las organizaciones.
Cameron y Quinn (2011)	Modelo de los valores en competencia	El modelo se basa en cuatro valores en competencia, que son el clan (colaborativo), el mercado (competitivo), la jerarquía (control) y la adhocracia (creatividad). Cada uno de estos valores representa una orientación diferente en la cultura organizacional y puede influir en el comportamiento de los miembros de la organización.

*Nota: Elaboración propia.*

### 5.2.12. Dimensión de la cultura organizacional

**Participación:** Esta variable se refiere al grado en que los miembros de la organización se sienten comprometidos y conectados emocionalmente con su trabajo y con la organización en general.

**Consistencia:** La consistencia se refiere al grado en que los procesos, prácticas y comportamientos dentro de la organización son coherentes y siguen un conjunto común de valores y normas.

**Adaptabilidad:** Se refiere a la capacidad de una organización para responder y ajustarse de manera efectiva a los cambios tanto internos como externos. Implica la disposición y la capacidad de la organización para ser flexible, innovadora y receptiva a nuevas ideas, tecnologías, desafíos y oportunidades.

**Misión:** Esta variable se refiere a la declaración de propósito y dirección de la organización, y se evalúa a través de preguntas relacionadas con la claridad, la comunicación y la alineación de la misión con los valores y objetivos de la organización.

**Tabla 5:**

*Dimensión de la cultura organizacional*

<b>Dimensión</b>	<b>Sub-Dimensión</b>
1. Participación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empoderamiento</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Desarrollo de capacidades</li> </ul>
2. Consistencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valores</li> <li>• Acuerdos</li> <li>• Coordinación e integración</li> </ul>
3. Adaptabilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Orientación al cambio</li> <li>• Orientación al cliente</li> <li>• Aprendizaje organizativo</li> </ul>
4. Misión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirección y propósitos estratégicos</li> <li>• Objetivos y metas</li> <li>• Visión</li> </ul>

*Nota: Elaboración propia.*

### **5.3. Comportamiento innovador**

#### **5.3.1. Comportamiento**

El comportamiento en una organización se refiere a la forma en que los individuos y grupos se comportan, interactúan y trabajan juntos en el contexto de una estructura organizativa. El comportamiento en una organización es un campo de estudio conocido como comportamiento organizacional, que se centra en el análisis de las actitudes, valores, normas y comportamientos de los individuos y grupos dentro de una organización (Alvarez, 2021).

Es decir, que el comportamiento en una organización busca comprender y analizar cómo los empleados se relacionan entre sí, cómo se adaptan al entorno de trabajo, cómo toman decisiones y cómo pueden influir en el logro de los objetivos organizacionales. Por lo tanto, el comportamiento incluye factores como la motivación, la comunicación, el liderazgo y la cultura organizacional, que pueden influir en el comportamiento de los individuos y en el funcionamiento de la organización en su conjunto.

#### **5.3.2. Innovación**

La innovación se refiere a la introducción de algo nuevo o la mejora de algo existente. Esto puede incluir nuevas ideas, productos, servicios, procesos y tecnologías, y puede ser implementado en diferentes áreas, como la ciencia, la tecnología, la economía y la gestión empresarial. La innovación puede ser vista como un factor clave para el crecimiento económico y la competitividad, puesto que puede

mejorar la calidad de vida de las personas, aumentar la eficiencia y la eficacia de los procesos empresariales, y generar nuevos mercados y oportunidades de negocio (Martínez, 2020).

En este contexto, la innovación en una organización implica la introducción de cambios y mejoras significativas en procesos, productos, servicios o modelos de negocio con el objetivo de generar valor y obtener ventajas competitivas, es esencial para la supervivencia en un entorno cambiante. De igual forma la innovación es promovida por empresas, gobiernos y otras organizaciones que buscan mejorar su competitividad y rentabilidad mediante el fomento de la creatividad y el desarrollo de nuevas ideas y soluciones.

### **5.3.3. Origen del comportamiento innovador**

El comportamiento innovador surge como un concepto que permite el análisis de la participación activa de los empleados en el desarrollo de sus tareas. La definición de comportamiento innovador no tiene un consenso claro, pero hace referencia a la introducción intencional del empleado en la aplicación de nuevas ideas, productos, procesos y procedimientos en el rol de trabajo, en el puesto de trabajo o en la empresa (Yuan & Woodman, 2010).

De esta forma, el comportamiento innovador no es un fenómeno aislado, su origen está en la innovación, y a partir de este concepto se inicia la construcción de la explicación de cómo y por qué las empresas ejecutan cambios.

#### **5.3.4. Teorías del comportamiento innovador**

Según, Kleysen y Street (2001) señala que el comportamiento innovador es aquellas acciones que acometen las personas orientadas hacia la generación, introducción o aplicación de una novedad que resulte útil a cualquier nivel de la organización. Mientras tanto Janssen (2000) define al comportamiento innovador como una forma de conducta que ocurre cuando una persona intenta experimentar algo nuevo o dirige esfuerzos que pretenden proporcionar resultados novedosos.

Con un comportamiento innovador se puede observar el esfuerzo innovador que tiene cada uno de los colaboradores de la empresa o el grado de iniciativa que tiene la empresa a través de la gerencia y dirección que pueden realizar con el talento humano de la organización. Además, el comportamiento innovador se refiere a la capacidad y disposición de los miembros para generar ideas nuevas y llevarlas a cabo con éxito es fundamental para mantener la relevancia y la competitividad en un entorno empresarial cambiante y permite a la organización adaptarse a las demandas del mercado.

#### **5.3.4. Tipos de innovación**

Unos lineamientos más recientes son los de la OCDE (2005), quienes indican que la innovación es la implementación de un nuevo o significativamente mejor producto o servicio, proceso, marketing o modelo de organización, por lo que define que existen 4 tipos de innovación: 1) Innovación en productos/servicios, 2) Innovación en procesos, 3) Innovación de marketing y 4) Innovación organizacional.

#### **5.3.4.1. Innovación en producto/servicio**

Es cuando a partir de un producto o servicio se realizan cambios significativos para mejorar sus funciones o resultados.

#### **5.3.4.2. Innovación en procesos**

Se implementan nuevos procesos o la mejora de los actuales como fabricación, distribución, producción, logística, compras, etc. Ello, con el objetivo de incrementar y mejorar la eficiencia de los recursos y la eficacia de la empresa, así como también, lograr reducir costos.

#### **5.3.4.3. Innovación de marketing**

Se desarrollan nuevos métodos de comercialización, que incluye mejoras en el diseño de un producto o embalaje, precio, distribución y promoción. Este tipo de innovación disruptiva trata de satisfacer mejor las necesidades de los consumidores, de abrir nuevos mercados o de posicionar de manera novedosa un producto de la empresa con el fin de aumentar las ventas.

#### **5.3.4.4. Innovación organizacional**

Se crean nuevos métodos y diseños organizacionales ya sea en las prácticas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores. Es a través de nuevas prácticas que se mejora la cultura organizacional e incrementa, como resultado, la productividad y la competitividad de los recursos humanos.

### **5.3.5. Modelos de innovación**

La Comisión Europea definió el concepto de innovación en el Libro Verde publicado en 1995. Tras explicar que innovar es sinónimo de producción, asimilación y explotación exitosa de la novedad en esferas económicas y sociales, esta publicación introduce el término de la siguiente forma:

Esta definición implica que la innovación se refiere tanto al proceso como a su resultado, ya sea en forma de producto o de servicio. Para comprender cómo podemos transformar ideas y mejorar nuestros proyectos, diversos investigadores han estudiado y desarrollado diferentes modelos de innovación. Éstos son algunos de los más conocidos:

#### **5.3.5.1. Modelos lineales: el impulso tecnológico y el tirón de la demanda**

Según estos modelos, cuando se produce un descubrimiento científico el conjunto de sucesos que ocurren después sigue una linealidad, puesto que la investigación se concibe en este caso como fuente de innovación. Tras el hallazgo veríamos la fase de I+D aplicada, el desarrollo tecnológico y la fabricación y comercialización del producto o servicio.

#### **5.3.5.2. Modelos mixtos: la retroactividad también es importante**

En este caso, la innovación se contempla como una suma de fuerzas, ya que la investigación y la sociedad pueden impulsar por igual la I+D+i. Su planteamiento surgió a mediados de los setenta, y uno de los más conocidos es el modelo de Kline o modelo de enlaces en cadena.



El sistema ideado por Kline, y otros esquemas similares, como el modelo de Marquis o el de Rothwell, forman parte de la tercera generación de diagramas que tratan de estudiar la innovación. Aunque incluyen la retroactividad en el proceso innovador, lo cierto es que siguen siendo fundamentalmente secuenciales. Esto provoca que la I+D+i tenga una duración excesiva, y siga sin ser un sistema completamente realista.

### 5.3.6. Clasificación del comportamiento innovador

**Tabla 6:**

*Clasificación del comportamiento innovador*

<b>Comportamiento innovador individual</b>	<b>Comportamiento innovador grupal</b>
Se refiere a la capacidad de una persona para generar y aplicar nuevas ideas, soluciones o procesos en la realización de su trabajo. El comportamiento innovador puede tomar muchas formas, desde pequeñas mejoras en las formas de trabajo hasta la creación de nuevos productos y servicios, además, el comportamiento innovador individual es crucial para el éxito de la organización, por tanto, puede impulsar la mejora continua, la competitividad y la diferenciación de los competidores.	Se refiere a la capacidad de un grupo de trabajo para crear y desarrollar nuevas ideas y soluciones innovadoras en conjunto, en lugar de hacerlo de manera individual. Una buena relación entre los miembros del equipo y la confianza mutua son factores importantes para fomentar el comportamiento innovador grupal. También es importante fomentar un ambiente de trabajo que valore la diversidad de ideas y habilidades de los miembros del equipo.

*Nota: Elaboración propia*

### 5.3.7. La importancia del comportamiento innovador

Radica en su capacidad para impulsar la creación de nuevas ideas, soluciones y oportunidades para la organización. La innovación permite a las empresas adaptarse a los cambios del entorno, mejorar su competitividad y diferencia de sus competidores, y satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes de manera más efectiva. Además, el comportamiento innovador puede estimular la creatividad, la motivación

y el compromiso de los empleados, lo que puede tener un impacto positivo en la cultura y el clima organizacional (Arango, 2021).

En conclusión, el comportamiento innovador es esencial para el éxito a largo plazo de las empresas y su capacidad para enfrentar los desafíos y las oportunidades del futuro, de igual forma el comportamiento innovador en una organización es importante porque brinda una ventaja competitiva, impulsa la mejora continua, fomenta la creatividad, permite adaptarse al cambio y ayuda a atraer y retener talento. Estos factores contribuyen al éxito y la sostenibilidad de la organización en un entorno empresarial dinámico y competitivo.

#### **5.3.8. Beneficios del comportamiento innovador**

El comportamiento innovador puede generar una serie de beneficios para las empresas, Ortega (2017) señala que, algunos de los cuales incluyen:

- Mejora en la competitividad y posicionamiento de la empresa en el mercado.
- Incremento en la eficiencia y eficacia de los procesos empresariales.
- Aumento en la satisfacción y compromiso de los empleados al tener la oportunidad de desarrollar nuevas ideas y aplicarlas en su trabajo.
- Incremento en la retención de talento, debido a que los empleados se sienten motivados y comprometidos con el trabajo.
- Mejora en la calidad de los productos o servicios ofrecidos por la empresa.
- Posibilidad de crear nuevas oportunidades de negocio y aumentar el alcance de la empresa.
- Incremento en la rentabilidad y generación de ingresos.

- Es importante destacar que los beneficios pueden variar según el tipo de empresa, la industria y el entorno empresarial en el que se desarrollan.

### **5.3.9. Dimensión del comportamiento innovador**

Según, Janssen (2000), define a las dimensiones del comportamiento innovador como la capacidad de una organización, individuo o sistema para generar y aplicar ideas creativas y nuevas soluciones en sus procesos, productos o servicios. Esta dimensión implica fomentar una cultura de innovación, promover la generación de ideas y la experimentación, así como la adopción de tecnologías y enfoques novedosos.

***Generación de ideas:*** Se refiere a la capacidad de los empleados para proponer y desarrollar nuevas ideas, conceptos o soluciones creativas a problemas o desafíos específicos.

***Promoción de ideas:*** Hace referencia a la habilidad de los empleados para comunicar y promover sus ideas o proyectos innovadores a otras personas dentro de la organización, para obtener apoyo y colaboración.

***Realización de ideas:*** Esta dimensión se centra en la capacidad de los empleados para implementar y llevar a cabo las ideas innovadoras en la práctica, convirtiéndolas en acciones concretas que generen un impacto real en la organización.

**Tabla 7:***Dimensión del comportamiento innovador*

<b>Dimensión</b>
1. Generación de ideas
2. Promoción de ideas
3. Realización de ideas.

*Nota: Elaboración propia.*

## **6. Metodología**

### **6.1. Enfoque de investigación**

El método cuantitativo utiliza la recolección de datos y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento. Sampieri, et al (2018).

En este contexto se empleará el tipo de investigación cuantitativo pues la investigación se basa en la recopilación y análisis de datos numéricos y cuantificables, además, este enfoque busca medir y cuantificar variables, establecer relaciones causales y generalizar los resultados obtenidos en la cooperativa Sumak Samy.

### **6.2. Tipo de investigación**

#### **6.2.1. Investigación bibliográfica**

Baena, (1985) La investigación bibliográfica es una técnica que consiste en la selección y recopilación de información por medio de la lectura, crítica de documentos

y materiales bibliográficos, de bibliotecas, hemerotecas y centros de documentación e información.

Asimismo, para fortalecer la fundamentación teórica del proyecto se empleó una investigación bibliográfica a través de una recopilación de información en libros, revistas, periódicos e informes relacionados al tema principal de investigación, de la misma manera en recursos en línea como repositorios de universidades, sitios web, blogs y bases de datos bibliográficas, con la finalidad de respaldar la argumentación y al mismo tiempo demostrar la veracidad del contenido en el desarrollo del trabajo, a fin de enriquecer y brindar más información sobre la cultura organizacional y el comportamiento innovador.

### ***6.2.2. Investigación correlacional***

Arias (2020) señala que la investigación correlacional consiste en evaluar dos variables sin manipularla, siendo su fin estudiar el grado de correlación entre ellas.

En este contexto se va a utilizar esta investigación porque permite examinar la relación entre dos variables (cultura organizacional y comportamiento innovador) y determinar si hay algún patrón o tendencia. No se busca establecer una relación causa-efecto, sino más bien describir la relación existente.

### **6.3. Diseño de investigación**

#### **6.3.1. Diseño no experimental**

Se define como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables y en que solo se observa los fenómenos en su ambiente para después analizarlos. (Sampieri, 2018)

Por tal motivo en nuestra investigación se utilizó el diseño no experimental, puesto que no se pretendió alterar o manipular las variables de cultura organizacional y comportamiento innovador y solo se observó en su contexto natural sin ningún tipo de alteración sobre las mismas.

#### **6.3.2. Alcance de investigación**

Sampieri (2018) El diseño no experimental se divide tomando en cuenta el tiempo durante se recolectan los datos, estos son: diseño transversal, donde se recolecta datos en un solo momento, y el diseño longitudinal, donde se recolectan datos a través de tiempos en puntos o periodos.

En este contexto, para fines de estudio se ocupará el diseño no experimental transversal, debido a que se recolectaran datos en un tiempo determinado sin intervenir en el ambiente en que se desempeña la cooperativa de ahorro y crédito Sumak Samy, por lo que no habrá manipulación de variables.

## **6.4. Método de investigación**

### **6.4.1. Deductivo**

Según Barchini (2006) menciona que el método deductivo consiste en extraer razonamientos lógicos de aquellos enunciados ya dados, en síntesis, este método va de la causa al efecto, de lo general a lo particular, es prospectivo y teórico; comprueba su validez basándose en datos numéricos precisos.

A través de este método es posible ir de resultados particulares a conclusiones generales, de ahí que en la investigación el razonamiento objetivo de los temas permite deducir el aporte que pueden generar a la cooperativa Sumak Samy.

## **6.5. Técnica de investigación**

### **6.5.1. Encuesta**

Como técnica de investigación se usó la encuesta. Según Roldan (2015) la encuesta es un procedimiento que permite obtener datos de manera más sistemática que hace posible el registro detallado de los datos por medio de un sistema de preguntas.

Por lo tanto, para la presente investigación se desarrollará la técnica de la encuesta como técnica de recolección de información, que se realizará a los empleados y directivos de la COAC SUMAK SAMY LTDA. La encuesta fue orientada a establecer los objetivos específicos, para con ella corroborar las evidencias de la existencia del problema.

## **6.6. Instrumento de investigación**

### **6.6.1. Cuestionario**

Es un conjunto de preguntas presentadas y enumeradas en una tabla y una serie de posibles respuestas, además las preguntas se deben formular de manera simple, que le permita al encuestado responder en el menor tiempo posible. Por esto el cuestionario se encuentra codificado mediante una escala de Likert que va del 1 al 5, en donde las preguntas se encontraron formuladas con un idioma acorde a las características de la muestra. Al aplicar la escala de Likert, se permite a los participantes expresar su grado de acuerdo o desacuerdo con cada afirmación, lo que proporciona datos cuantitativos para analizar (Idrovo, 2022).

Para medir la cultura organizacional se utilizó el modelo y el instrumento del autor (Denison, 1990), este cuestionario se refiere a un modelo de evaluación y diagnóstico de la cultura dentro de una organización. Las dimensiones del cuestionario de Denison suelen estar enfocadas en cuatro áreas principales:

- Participación.
- Consistencia.
- Adaptabilidad.
- Misión.

De igual manera para el estudio se empleó el cuestionario de comportamiento innovador desarrollada por Janssen (2000). El cuestionario incluye 9 ítems distribuidos en tres dimensiones:



- Generación de ideas.
- Promoción de ideas.
- Realización de ideas.

Una vez que se ha recopilado y analizado la información, se puede obtener una visión más clara de las falencias en la cultura organizacional que podrían estar afectando el comportamiento innovador de los colaboradores y directivos de COAC SUMAK SAMY LTDA. Esto permitirá a la empresa identificar áreas de mejora y desarrollar estrategias para fomentar una cultura que favorezca la innovación y el crecimiento.

#### **6.7. Unidad de estudio**

La unidad de estudio fue 20 personas el mismo que representa el total de los colaboradores de la cooperativa de ahorro y crédito Sumak Samy.

#### **6.8. Plan de recolección de datos**

El plan de recolección de datos para la investigación en COAC SUMAK SAMY LTDA consistirá en aplicar el cuestionario de Denison a colaboradores y directivos. Se utilizará una escala de Likert de 1 a 5 para medir las dimensiones de cultura organizacional relacionadas con el comportamiento innovador. La administración del cuestionario se llevará a cabo de manera electrónica a través del formulario de Google Form, asegurando la confidencialidad y el anonimato de las respuestas. Se recopilarán los datos en una base de datos y, posteriormente, se realizará un análisis estadístico para identificar las falencias culturales que afecten la innovación en la organización.

## **6.9. Procesamiento y análisis de datos**

Para realizar el procesamiento de la datos se utilizará el software de IBM denominado SPSS, versión 25 que permite realizar un análisis estadístico avanzado, como las estadísticas descriptivas el análisis de factores la representación gráfica de los datos y la correlación de las variables.

## **7. Resultados**

### **7.1. Análisis de Confiabilidad**

Para la correlación de las variables se aplicará el coeficiente alfa de Cronbach, que es, una medida de confiabilidad utilizada para evaluar la consistencia interna de un cuestionario o escala, como el cuestionario de Denison que se aplicará para medir la cultura organizacional y de Janssen para medir el comportamiento innovador.

El coeficiente alfa de Cronbach evalúa cuán bien las preguntas (ítems) dentro de cada dimensión del cuestionario se correlacionan entre sí, es decir, mide la coherencia y homogeneidad del conjunto de ítems. Un valor alfa alto (generalmente cerca de 1) indica una mayor consistencia interna, lo que significa que las preguntas miden de manera confiable la misma variable subyacente (Duque, 2017).

Una vez que se ha recopilado el conjunto de respuestas del cuestionario, se calculará el coeficiente alfa de Cronbach para cada dimensión (por ejemplo, para la dimensión de "Involucramiento" o "Adaptabilidad"). Si se obtienen valores altos de alfa, esto fortalecerá la confiabilidad de las mediciones y proporcionará mayor confianza en los resultados de la investigación al correlacionar el comportamiento innovador y la cultura organizacional.

Para calcular la confiabilidad de las variables se aplicará el coeficiente alfa de Cronbach, para ello, se empleará a través de los datos obtenidos de la escala de medición Liker aplicado al personal de la cooperativa. El coeficiente alfa es una medida de confiabilidad que evalúa la consistencia interna de un conjunto de ítems o preguntas utilizadas para medir una variable latente (por ejemplo, una característica, actitud o habilidad).

Para calcular la varianza total de las puntuaciones de todos los ítems sumando las varianzas de cada ítem y el doble del producto de las covarianzas de todos los pares de ítems utilizando la siguiente fórmula para calcular el coeficiente alfa de Cronbach:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum_{i=1}^k s_i^2}{\sum_{i=1}^k v_i} \right)$$

Donde:

- $k$  es el número de ítems en el cuestionario
- $s_i^2$  es la varianza de las puntuaciones del ítem  $i$ .
- $v_i$  es la varianza total de las puntuaciones del ítem  $i$ .

Para calcular la confiabilidad del coeficiente alfa de Cronbach, se recogió las varianzas de las puntuaciones de cada ítem del cuestionario de la variable de cultura organizacional, la varianza total y luego aplicar la fórmula del coeficiente alfa. A continuación, se presentan los resultados:

Pasos para calcular el coeficiente alfa de Cronbach para Variable 1:  
Participación, Consistencia, Adaptabilidad, Misión:

**Media de las sumas de cada dimensión:**

- Participación: 51.9
- Consistencia: 50.0
- Adaptabilidad: 52.2
- Misión: 53.6

**Varianza de las sumas de cada dimensión:**

- Participación: 26.489
- Consistencia: 10.889
- Adaptabilidad: 13.422
- Misión: 14.089

Varianza total de las sumas de las dimensiones: 218.889

$$\alpha = \frac{4 \times 0.844}{0.844 + \frac{26.480 + 10.889 + 13.422 + 14.080}{218.889}}$$

$$\alpha \approx 3.08$$

El coeficiente alfa de Cronbach para la variable de cultura organizacional es aproximadamente 0.73.

Para calcular el coeficiente alfa de Cronbach para comportamiento innovador:

Generación de ideas, Promoción de ideas, Realización de ideas:

Resultados para la variable de comportamiento innovador:

**Media de las sumas de cada dimensión:**

- Generación de ideas: 10.65
- Promoción de ideas: 10.95
- Realización de ideas: 10.0

**Varianza de las sumas de cada dimensión:**

- Generación de ideas: 4.298
- Promoción de ideas: 5.658
- Realización de ideas: 5.7

Varianza total de las sumas de las dimensiones: 55.556

$$\alpha = \frac{3 \times 0.73}{0.73 + \frac{4.298 + 5.658 + 5.7}{55.556}}$$

$$\alpha \approx 2.21$$

El coeficiente alfa de Cronbach para la variable de comportamiento innovador es aproximadamente 0.69.

Es así como, los coeficientes alfa de Cronbach para las dos variables son aproximadamente 0.73 y 0.69, respectivamente. Estos valores indican que ambas escalas tienen una buena consistencia interna, lo que sugiere que las preguntas en cada dimensión están correlacionadas de manera adecuada y miden de manera confiable el constructo que se pretende evaluar. Un valor de alfa de 0.7 o más se considera aceptable para la mayoría de los propósitos.

Los resultados indican que ambas escalas tienen una consistencia interna aceptable, lo que significa que las preguntas en cada dimensión están relacionadas de manera adecuada y miden de manera confiable los constructos que se buscan evaluar. Sin embargo, siempre es importante considerar que el coeficiente alfa de Cronbach es solo una medida de consistencia interna y no evalúa otros aspectos de la calidad de una escala, como su validez o sensibilidad.

## 7.2. Análisis descriptivo cultura organizacional

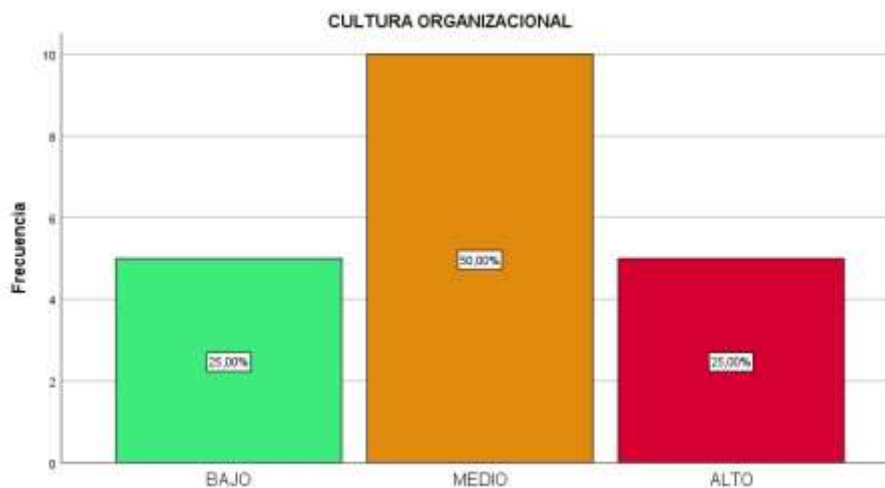
Para medir el nivel de cultura organizacional y comportamiento innovador se usó la herramienta estadística de baremación que ayuda a la agrupación de los resultados obtenidos por medio del algoritmo del SPSS la cual especifica los cálculos necesarios en tres niveles (bajo, medio y alto) así determinando el nivel de cada una de las variables y dimensiones.

**Tabla 8:**

*Tareas en relación con los objetivos planteados*

CULTURA ORGANIZACIONAL					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	5	25,0	25,0	25,0
	MEDIO	10	50,0	50,0	75,0
	BAJO	5	25,0	25,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

*Nota:* Elaboración de las autoras en el software SPSS.

**Figura 1:***Cultura organizacional**Nota: Elaboración de las autoras en el software SPSS.*

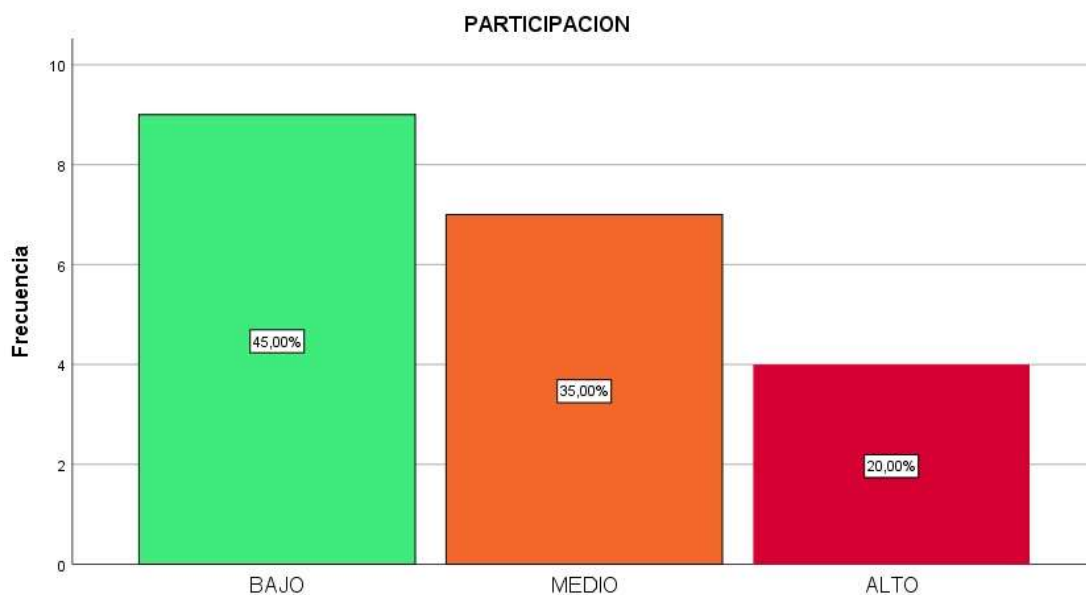
**Interpretación:** En la siguiente gráfica se puede observar que el total de colaboradores fueron encuestados por los siguientes constructos: participación, consistencia, adaptabilidad y misión, afirman con un 50% que existe una cultura a nivel medio, el 25% expresa que existe un nivel alto y con el 25% señala que existe un nivel bajo, por ende, la cooperativa Sumak Samy tiene una cultura organizacional equilibrada.

### 7.2.1. Participación

**Tabla 9:***Participación*

PARTICIPACION					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	9	45,0	45,0	45,0
	MEDIO	7	35,0	35,0	80,0
	ALTO	4	20,0	20,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

*Nota: Elaboración de las autoras en el software SPSS.*

**Figura 2:***Participación*

*Nota:* Elaboración de las autoras en el software SPSS.

**Interpretación:** En la siguiente gráfica se puede observar que el total colaboradores fueron encuestados de acuerdo a los siguientes sub constructos: empoderamiento, trabajo en equipo y desarrollo de capacidades, afirmando así con un 45% que existe una participación de nivel bajo, el 35% expresa que existe un nivel medio y con el 20% señala que existe un nivel alto, por ende, la cooperativa Sumak Samy a nivel de la dimensión de participación presenta un nivel bajo.



### 7.2.2. Consistencia

**Tabla 10:**

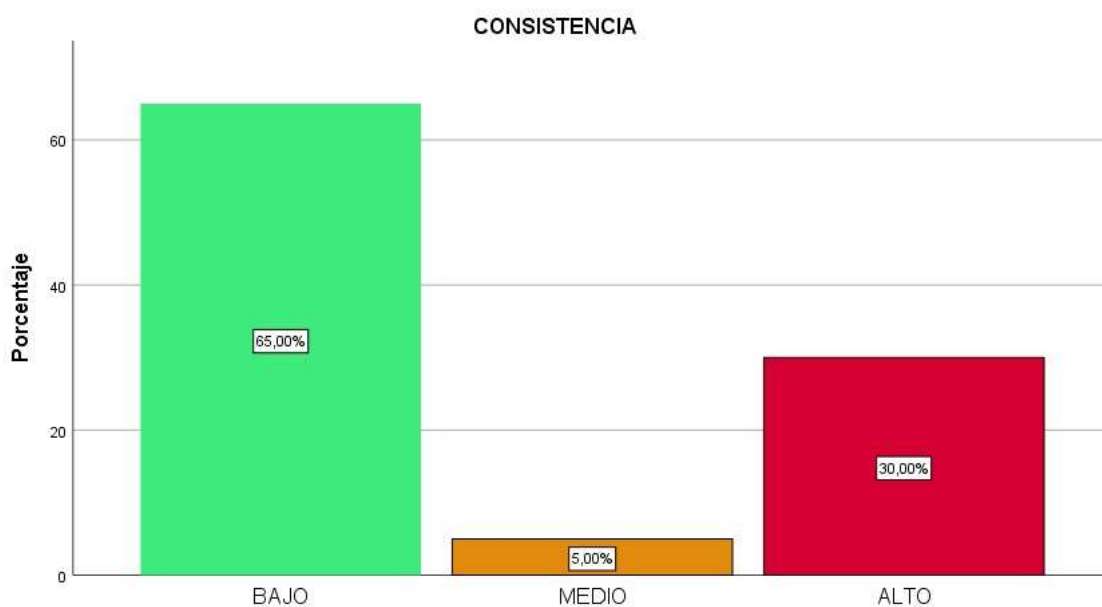
*Consistencia*

CONSISTENCIA					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	13	65,0	65,0	65,0
	MEDIO	1	5,0	5,0	70,0
	ALTO	6	30,0	30,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

*Nota: Elaboración de las autoras en el software SPSS*

**Figura 3:**

*Consistencia*



*Nota: Elaboración de las autoras en el software SPSS*

**Interpretación:** En la siguiente gráfica se puede observar que el total colaboradores fueron encuestados de acuerdo a los siguientes sub constructos: valores, acuerdos y coordinación e integración, afirmando así con un 65% que existe una

dimensión de nivel bajo, el 30% expresa que existe un nivel alto y con el 20% señala que existe un nivel medio, por ende, la cooperativa Sumak Samy a nivel de la dimensión de consistencia presenta un nivel bajo.

### 7.2.3. Adaptabilidad

**Tabla 11:**

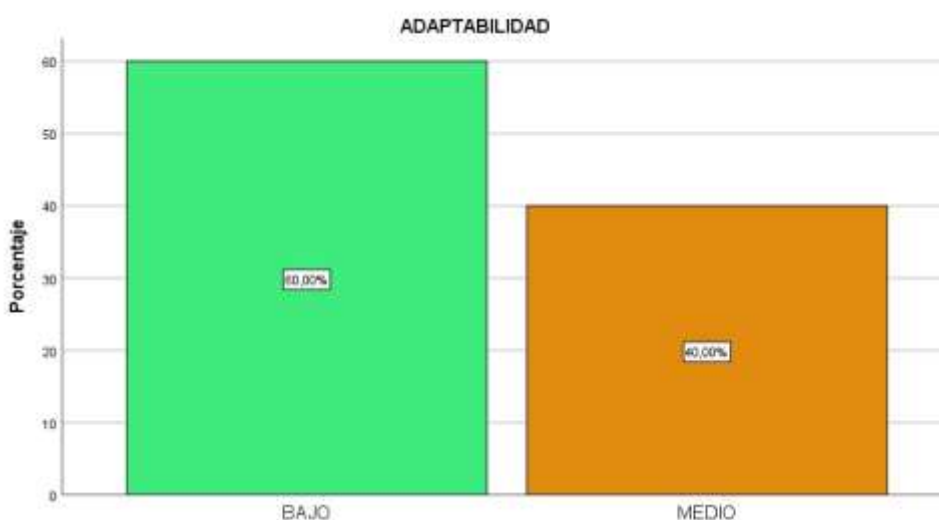
*Participación*

ADAPTABILIDAD					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	12	60,0	60,0	60,0
	MEDIO	8	40,0	40,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

*Nota:* Elaboración de las autoras en el software SPSS

**Figura 4:**

*Adaptabilidad*



*Nota:* Elaboración de las autoras en el software SPSS

**Interpretación:** En la siguiente gráfica se puede observar que el total colaboradores fueron encuestados de acuerdo a los siguientes sub constructos: orientación al cambio, orientación al cliente y aprendizaje organizativo, afirmando así

con un 60% que existe una dimensión de nivel bajo y con el 40% expresa que existe un nivel medio, por ende, la cooperativa Sumak Samy a nivel de la dimensión de adaptabilidad presenta un nivel bajo.

#### 7.2.4. Misión

**Tabla 12:**

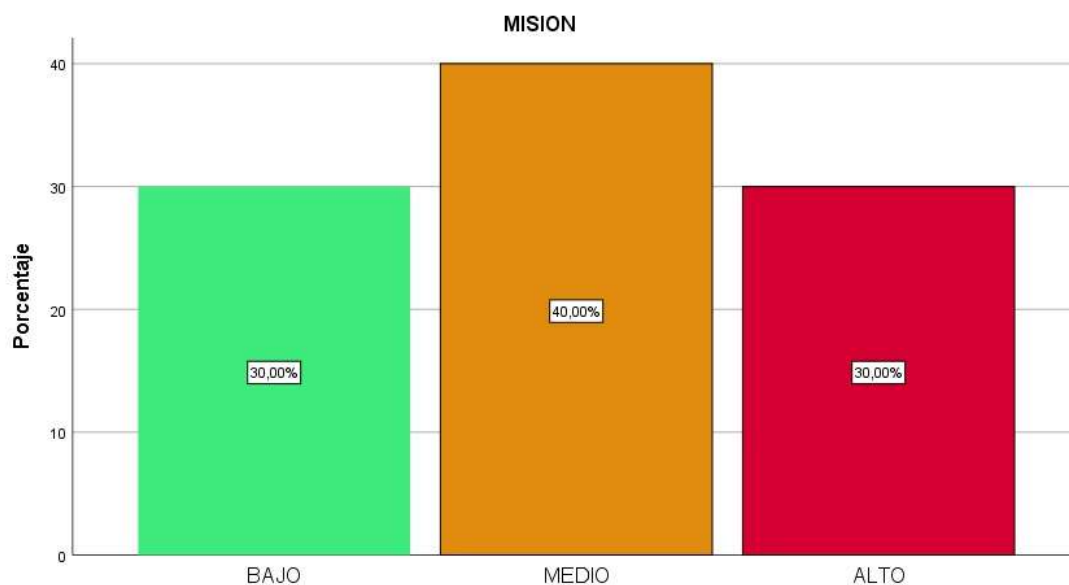
*Misión*

		MISION			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	6	30,0	30,0	30,0
	MEDIO	8	40,0	40,0	70,0
	ALTO	6	30,0	30,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

*Nota:* Elaboración de las autoras en el software SPSS

**Figura 5:**

*Misión*



*Nota:* Elaboración de las autoras en el software SPSS

**Interpretación:** De acuerdo con los resultados obtenidos en la gráfica se puede observar que el total colaboradores fueron encuestados de acuerdo a los

siguientes sub constructos: dirección y propósitos estratégicos, metas y objetivos y visión, afirman con un 40% que existe una dimensión de nivel medio, el 30% expresa que existe un nivel bajo y con el 30% señala que existe un nivel alto, por ende, la cooperativa Sumak Samy a nivel de la dimensión de misión presenta un nivel medio.

### 7.3. Análisis descriptivo comportamiento innovador

**Tabla 13:**

*Comportamiento innovador*

COMPORTAMIENTO INNOVADOR					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	6	30,0	30,0	30,0
	MEDIO	11	55,0	55,0	85,0
	ALTO	3	15,0	15,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

*Nota: Elaboración de las autoras en el software SPSS*

**Figura 6:**

*Comportamiento innovador*



*Nota: Elaboración de las autoras en el software SPSS*

**Interpretación:** En la siguiente gráfica se puede observar que el total colaboradores fueron encuestados por los siguientes constructos: generación de ideas,

promoción de ideas y realización de ideas, afirman con un 55% que existe una innovación a nivel medio, el 30% expresa que existe un nivel bajo y con el 15% señala que existe un nivel alto, por ende, la cooperativa Sumak Samy tiene un comportamiento equilibrado.

### 7.3.1. Generación de ideas

**Tabla 14:**

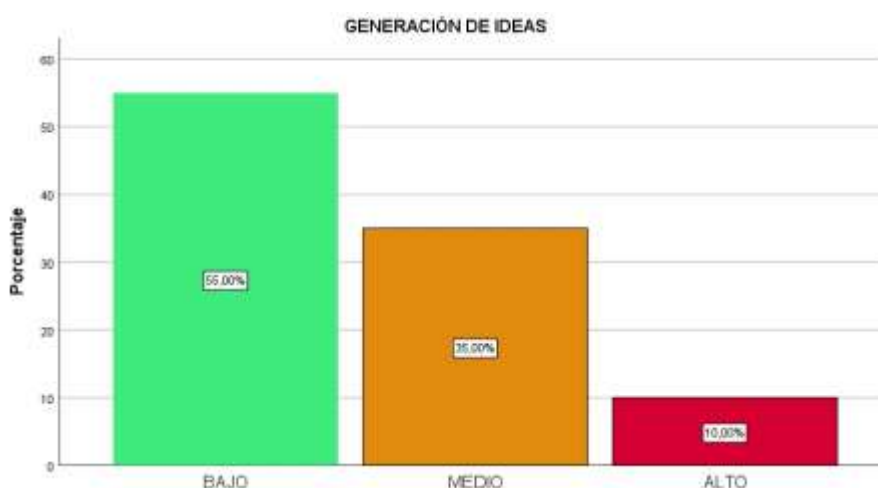
*Generación de ideas*

GENERACIÓN DE IDEAS					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	11	55,0	55,0	55,0
	MEDIO	7	35,0	35,0	90,0
	ALTO	2	10,0	10,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

*Nota: Elaboración de las autoras en el software SPSS*

**Figura 7:**

*Generación de ideas*



*Nota: Elaboración de las autoras en el software SPSS*

**Interpretación:** De acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los colaboradores de la cooperativa Sumak Samy, el 55% considera que

la capacidad de los empleados para buscar nuevas formas de abordar problemas o realizar mejoras en los métodos, técnicas o procesos de trabajo es baja. Además, el 35% de los colaboradores considera que dicha variable se encuentra en un nivel regular, mientras que el 10% indicó que se encuentra en una escala de nivel alto.

### 7.3.2. Promoción de ideas

**Tabla 15:**

*Promoción de ideas*

PROMOCIÓN DE IDEAS					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	4	20,0	20,0	20,0
	MEDIO	9	45,0	45,0	65,0
	ALTO	7	35,0	35,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

*Nota: Elaboración de las autoras en el software SPSS*

**Figura 8:**

*Promoción de ideas*



*Nota: Elaboración de las autoras en el software SPSS*

**Interpretación:** De acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los colaboradores de la cooperativa, el 45% considera capacidad para

promover y obtener apoyo para sus ideas innovadoras dentro de la organización media o regular. Además, el 35% de los colaboradores considera que dicha variable se encuentra en un nivel alto en la organización, mientras que el 20% indicó que se encuentra en una escala de nivel bajo.

### 7.3.3. Realización de ideas

**Tabla 16:**

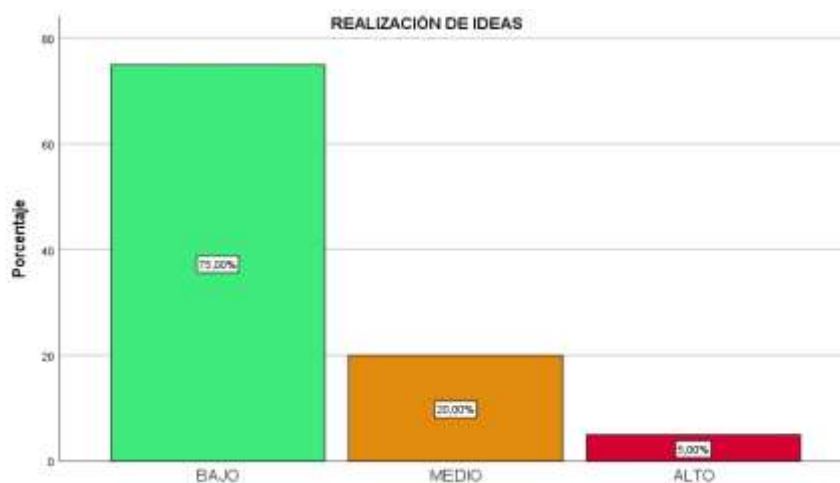
*Realización de ideas*

REALIZACIÓN DE IDEAS					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	15	75,0	75,0	75,0
	MEDIO	4	20,0	20,0	95,0
	ALTO	1	5,0	5,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

*Nota:* Elaboración de las autoras en el software SPSS

**Figura 9:**

*Realización de ideas*



*Nota:* Elaboración de las autoras en el software SPSS

**Interpretación:** De acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los colaboradores de la cooperativa Sumak Samy, el 75% considera que

la capacidad de los empleados para implementar y llevar a cabo las ideas innovadoras que generan en el entorno laboral es baja. Además, el 20% de los colaboradores considera que dicha variable se encuentra en un nivel regular, mientras que el 5% indicó que se encuentra en una escala de nivel alto.

#### 7.4. Análisis de correlación

Para determinar con la correlación de variables es establecer el método estadístico a utilizar, para eso, acorde a los datos obtenidos, se procede a realizar la prueba de normalidad, como se describe a continuación:

##### 7.4.1. Prueba de Normalidad

**Tabla 16:**

*Prueba de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Cultura Organizacional	,163	20	,172	<b>,962</b>	<b>20</b>	<b>,591</b>
Comportamiento Innovador	,121	20	,200*	<b>,958</b>	<b>20</b>	<b>,502</b>

\*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

*Nota: Programa SPSS*

La muestra investigativa es 20, y al ser menor a 50 se analizan con Shapiro-Wilk, de esta prueba la significancia es mayor que 0,05, entonces los datos si siguen una distribución normal, es decir, se trabajará con la correlación de Pearson.

Para la correcta interpretación de los resultados de la correlación es necesario conocer los criterios de valor del coeficiente de correlación Pearson, el cual, el valor



de  $r$  se encuentra entre  $-1$  y  $+1$ . Pero, cuando  $r$  se aproxima a  $0$  significa que no hay correlación significativa entre variables.

Los criterios de valoración se describen en la siguiente tabla:

**Tabla 17:**

*Criterios de Relación*

Rango	Relación
<b>-0.91 a -1.00</b>	Correlación negativa perfecta
<b>-0.76 a -0.90</b>	Correlación negativa muy fuerte
<b>-0.51 a -0.75</b>	Correlación negativa considerable
<b>-0.11 a -0.50</b>	Correlación negativa media
<b>-0.01 a -0.10</b>	Correlación negativa débil
<b>0.00</b>	No existe correlación
<b>+0.01 a +0.10</b>	Correlación positiva débil
<b>+0.11 a +0.50</b>	Correlación positiva media
<b>+0.51 a +0.75</b>	Correlación positiva considerable
<b>+0.76 a +0.90</b>	Correlación positiva muy fuerte
<b>+0.91 a +1.00</b>	Correlación positiva perfecta

*Nota: Hernández, Fernández, y Baptista (2010)*

## 7.5.Hipótesis

Con base a las variables de estudio: cultura organizacional y comportamiento innovador, se fijan las hipótesis a ser comprobadas:

**H1:** La cultura organizacional tiene relación con el comportamiento innovador en los empleados y directivos de la COAC SUMAK SAMY LTDA.

**H2:** La cultura organizacional no tiene relación con el comportamiento innovador en los empleados y directivos de la COAC SUMAK SAMY LTDA

## Comprobación de hipótesis

**Tabla 18:**

*Correlación entre cultura organizacional y comportamiento innovador.*

		Cultura Organizacional	Comportamiento Innovador
Cultura Organizacional	Correlación de Pearson	1	,652**
	Sig. (bilateral)		,002
	N	20	20
Comportamiento Innovador	Correlación de Pearson	,652**	1
	Sig. (bilateral)	,002	
	N	20	20

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

*Nota: Programa SPSS*

El valor de sig. es  $< 0,05$ ; por lo tanto; se acepta H1; es decir, **la cultura organizacional tiene relación con el comportamiento innovador en los empleados y directivos de la COAC Sumak Samy Ltda.** Además, se obtuvo un resultado de correlación de Pearson de 0,652\*\* positivo, lo que significa que existe una correlación positiva considerable, es decir, que a mayor nivel de cultura organizacional mayor será el comportamiento innovador que presenten los empleados y directivos de la COAC Sumak Samy Ltda.

## Conclusión

Al afirmar que existe una correlación entre las variables de estudio es importante manejar de forma adecuada la cultura organizacional y el comportamiento innovador motivo por el cual recomendable implementar nuevas estrategias enfocadas a estas variables, con el fin de subsanar aquellas falencias identificadas en la cooperativa.

## **8. Propuesta**

La cooperativa Sumak Smay LTDA, es una institución dedicada a la prestación de sus servicios financieros. El sueño de esta institución financiera se ha logrado gracias al esfuerzo de sus fundadores y cabe recalcar que al de sus colaboradores ya que gracia a ello se ha impulsado el desarrollando en un grado alto de confianza, por ende, lo que le da al trabajador la seguridad de ser tratado de manera equitativa y justa.

En el presente trabajo, para proponer estrategias de mejoramiento para la cultura organizacional y comportamiento innovador se escogió a la cooperativa Sumak Samy por su facilidad de brindad información y apertura a la entidad, además el gerente de la empresa trabajó durante varios años donde identificó una necesidad de mejorar la cultura organizacional y comportamiento innovador de esta empresa. El estado actual de la cooperativa en cuanto a cultura organizacional y el comportamiento innovador es estándar debido a que las entidades no presentan una buena comunicación con sus colaboradores, lo que afecta directamente su desempeño laboral.

Para la cooperativa el implementar nuevas estrategias de la cultura organizacional y comportamiento innovador es muy beneficiosa, debido a que se han identificado sus carencias y quieren desarrollar estrategias que les permita mejorar la cultura organizacional y el comportamiento innovador de la cooperativa para aumentar la productividad.

**Tabla 19:***Propuesta de mejoramiento de la cultura organizacional*

Factores	Estrategias	Acciones	Responsable	Recursos	Control
Empoderamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fomentar la participación y la toma de decisiones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Permitir que tengan la oportunidad de participar activamente en la toma de decisiones que afectan su trabajo y su entorno laboral</li> <li>Capacitación, mentoría y recursos para mejorar las habilidades y competencias de las personas.</li> </ul>	Gerencia (jefe de agencia)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sala de reuniones</li> <li>Recursos visuales (presentaciones).</li> </ul>	Permanente
Trabajo en equipo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promover un ambiente en el que todos se sientan cómodos compartiendo ideas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar actividades recreativas.</li> <li>Ejercicios virtuales y presenciales de integración.</li> <li>Fomentar la colaboración entre los empleados y facilitar el intercambio de conocimientos</li> </ul>	Departamento Talento humano	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sala de reuniones</li> <li>Material didáctico (hojas, esferos, etc.)</li> </ul>	Permanente
Desarrollo de capacidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mantener actualizado a los colaboradores en las últimas tendencias de acuerdo al área que realicen sus actividades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar capacitaciones, talleres, mentorías y otras actividades que ayuden a los empleados a adquirir las habilidades necesarias. (inteligencia artificial, Big Data (tecnología 4.0).</li> </ul>	Gerencia (jefe de agencia)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recursos visuales (presentaciones)</li> <li>Sala de reuniones</li> </ul>	Permanente
Valores	<ul style="list-style-type: none"> <li>Definir y comunica de manera clara los valores de la organización a todos los miembros.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capacitación sobre cómo poner en práctica los valores de la organización.</li> <li>Mantener la comunicación activamente con los colaboradores, evitando deficiencias en flujo de comunicación</li> </ul>	Departamento Talento humano	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sala de reuniones</li> <li>Recursos visuales (presentaciones)</li> </ul>	Permanente

Acuerdos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Establecer mecanismo de seguimiento y evaluación para monitorear el cumplimiento de los acuerdos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aplicación de los KPIS.</li> <li>Definir metas y objetivos claros que se esperan lograr con el acuerdo.</li> <li>Identificar los intereses y puntos en común entre los colaboradores.</li> </ul>	Gerencia (jefe de agencia)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sala de reuniones</li> </ul>	Permanente
Coordinación e integración	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promover la colaboración y el trabajo en equipo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acceso gratuito a conferencias con couches y mentors.</li> <li>Establecimiento de metas y objetivos comunes</li> <li>Clarificación de roles y responsabilidades</li> </ul>	Departamento Talento humano	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sala de reuniones</li> </ul>	Permanente
Orientación al cambio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Involucrar a los empleados en el proceso de cambio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capacitaciones de adaptación al cambio.</li> <li>Promover la mentalidad de aprendizaje continuo, animar a los empleados a proponer ideas nuevas y estar abiertos a la experimentación.</li> <li>Escuchar las preocupaciones de los empleados, proporcionar información adicional o aclaraciones, y brindar apoyo emocional y recursos necesarios para superar la resistencia.</li> </ul>	Gerencia (jefe de agencia)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sala de reuniones</li> <li>Recursos visuales (presentaciones).</li> </ul>	Permanente
Orientación al cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>Establecer canales de comunicación efectivos con el cliente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capacitaciones a los colaboradores sobre: Comunicación y habilidades interpersonales</li> <li>Capacitación sobre la priorizar la satisfacción del cliente en todas las áreas de la organización y promover una mentalidad de servicio.</li> </ul>	Gerencia (jefe de agencia)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sala de reuniones</li> <li>Recursos visuales (presentaciones).</li> </ul>	Permanente

Aprendizaje organizativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Integrar el aprendizaje en las tareas y responsabilidades diarias de los empleados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Motivación verbal y económica</li> <li>Ejecución de proyectos en equipos</li> </ul>	Departamento Talento humano	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sala de reuniones</li> </ul>	Permanente
Dirección y propósitos estratégicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Establecer sistemas de evaluación y revisión periódica para medir el progreso hacia los objetivos estratégicos y realizar ajustes si es necesario.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aplicación de los KPIS.</li> </ul>	Gerencia (jefe de agencia)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sala de reuniones</li> <li>Recursos visuales (presentaciones).</li> </ul>	Permanente
Metas y objetivos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Involucrar a los empleados en la definición de las metas y objetivos para aumentar su compromiso y motivación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Escucha activa de las opiniones de los colaboradores</li> <li>Evaluaciones para verificar el cumplimiento de metas y objetivos</li> </ul>	Gerencia (jefe de agencia)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sala de reuniones</li> <li>Recursos visuales (presentaciones).</li> </ul>	Permanente
Visión	<ul style="list-style-type: none"> <li>Revisar y adaptar la visión de manera periódica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Escucha activa de las diferentes opiniones de los colaboradores.</li> <li>Capacitaciones sobre el liderazgo visional.</li> </ul>	Gerencia (jefe de agencia)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sala de reuniones</li> <li>Recursos visuales (presentaciones).</li> </ul>	Permanente

*Nota: Elaboración propia*

**Tabla 20:***Propuesta de mejoramiento del comportamiento innovador*

Factores	Estrategias	Acciones	Responsable	Recursos	Control
Generación de ideas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Crear un entorno en el que los empleados se sientan seguros para compartir ideas sin temor a críticas o juicios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Actividades recreativas: Sesiones de lluvia de ideas donde los colaboradores puedan expresar libremente sus ideas sin temor a ser juzgados</li> <li>Ambiente de confianza donde los participantes puedan brindar retroalimentación constructiva sobre las ideas generadas.</li> </ul>	Departamento Talento humano	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sala de reuniones</li> </ul>	Permanente
Promoción de ideas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Crear canales de comunicación efectivos y abiertos para que los empleados puedan compartir sus ideas de manera fácil y rápida.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Uso de plataformas (zoom, meet, whatsapp, correo institucional)</li> </ul>	Gerencia (jefe de agencia)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Redes sociales</li> <li>Sala de reuniones.</li> <li>Recursos visuales (presentaciones)</li> </ul>	Permanente

Realización de ideas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Invitar a todos los colaboradores de la cooperativa a participar activamente en la generación y discusión de ideas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnicas como el pensamiento lateral, el pensamiento visual, la asociación libre de ideas o la analogía para estimular la generación de ideas originales y fuera de lo común.</li> <li>• Desarrolla un plan detallado que incluya los pasos necesarios para implementar la idea.</li> <li>• Panel de discusión</li> </ul>	Departamento Talento humano	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sala de reuniones.</li> </ul>	Permanente
----------------------	---	--	-----------------------------	--	------------

*Nota: Elaboración propia*



## 9. Conclusiones

- La cultura organizacional es un elemento clave que tiene la capacidad de influir en el comportamiento innovador de los empleados puesto que establece normas, valores y creencias que permite promover la generación de ideas nuevas y la implementación de soluciones innovadoras. Una cultura que fomente la innovación y proporcione el apoyo necesario puede tener un impacto positivo en el comportamiento innovador de los empleados de la COAC Sumak Samy.
- Con base a la implementación de la metodología de investigación cuantitativa y los resultados obtenidos del cuestionario aplicado a los colaboradores de la cooperativa Sumak Samy, dio como resultado que la cultura organizacional tiene una influencia significativa en el comportamiento innovador de los colaboradores con una correlación de 0,652 con un nivel de significancia del 0,02, de tal manera que, se rechaza la H2 y aceptamos la H1, puesto que la correlación de las variables afecta en la innovación y capacidad para generar nuevas ideas, debido a que la cooperativa Sumak Samy presenta un nivel medio en lo que refiere a la cultura organizacional por ende, afecta el logro y alcance de los objetivos organizacionales.
- La cultura organizacional es un problema que afecta tanto a los colaboradores como a las organizaciones en términos relacionados con la innovación. Sin embargo, existen estrategias efectivas tanto a nivel individual como organizacional para gestionar un buen nivel de C.O. y minimizar sus consecuencias negativas. Es decir, si la cooperativa mantiene una buena C.O.

permitirá tener una mejor relación interpersonales con los colaboradores, fomentara una buena comunicación y brindara apoyo a quienes forman parte de la organización de tal manera que se puede contribuir a mejorar la generación, realización y promoción de nuevas ideas. Mismo que permitirá que la cooperativa se mantenga en un nivel competitivo en el sector financiero.

## **10. Recomendaciones**

- Es fundamental que la cooperativa amplie la investigación o se instruya en nuevas definiciones bibliográficas para así mantenerse actualizados en los diferentes temas relacionados con la cultura organizacional y comportamiento innovador, para de esa forma adaptarse a los cambios o tendencias que surgen en la actualidad.
- Es importante que los directivos y colaboradores de la cooperativa Sumak Samy sean consciente de la importancia de implementar estrategias para la crear un buen nivel de cultura organizacional y así poder promover un buen entorno laboral, para que con ello se pueda alcanzar un nivel alto de innovación dentro y fuera de la entidad financiera.
- Finalmente, se recomienda aplicar las estrategias propuestas que se realizaron de acuerdo a los resultados obtenidos en la cooperativa para que esa forma pueda mejorar en ambiente interno de la entidad y sobre todo para cerrar las brechas que están muy distantes provocando la disminución de innovación y limitando su crecimiento institucional.

## 11. Bibliografía citada

- Alexandra Inca, I. M. (2023). La relación entre la cultura organizacional y el desempeño empresarial en las empresas del sector industrial tomando como mediador a la innovación empresarial. *Trabajo de Suficiencia Profesional presentado en satisfacción parcial de los requerimientos para obtener el título profesional de Licenciado en Administración y Empresas*, 15-36.
- Alvarez, K. (2021). CULTURA ORGANIZACIONAL Y SU INFLUENCIA EN EL CLIMA LABORAL . *Proyecto de titulación previo a la obtención del título en Tributación y Finanzas*, 10-35.
- Alvarez Acencio, M. J., Avellaneda Espinoza, G. A., & Del Aguila Shapiama, K. (2020). Cultura organizacional y el comportamiento innovador. [Título licenciatura, Universidad Nacional de Ucayali]. Repositorio institucional. Obtenido de <https://bit.ly/2MU2tys>
- Arango, D. (2021). INFLUENCIA DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL FOCALIZADA EN LA INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD EN EMPRESAS DE RISARALDA. *Proyecto de titulación previo a la obtención del título en Administración de empresas*, 9-25.
- Araujo, N. (2020). CULTURA ORGANIZACIONAL E INNOVACIÓN: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA. *Proyecto de titulación previo a la obtención de la Maestría en Dirección Empresarial*, 15-36.
- Arauzo, D. (2020). INFLUENCIA DEL LIDERAZGO EN LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE UNA INSTITUCIÓN FINANCIERA . *Proyecto de titulación previa la obtención del título en Administración y Dirección de Empresas*, 5-26.
- Arias, E. (2020). INVESTIGACIÓN CORRELACIONAL. <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-correlacional.html>.
- Baena, G. (2018). INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA: DEFINICIÓN, TIPOS,

TÉCNICAS.file:///C:/Users/MI%20EQUIPO/Downloads/Investigaci%C3%B3n%20Bibliogr%C3%A1fica.pdf

- Barchini, G. (2006). Métodos “I + D” de la Informática. Elsa Cientific, 20.
- Bruselas. (1995). LIBRO VERDE DE LA INNOVACIÓN. *Presentado por la Comision De Las Comunidades Europeas. Vol 1.*
- Canós, F. (2011). *Innovación, innovadores y empresas innovadoras.* Madrid, España: Díaz de Santos.
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento Organizacional.* Ciudad de México, México: Ediciones Mc. Graw-Hill/Interamericana Editores S.A.
- Duque, J. T. (2017). Alfa de Cronbach para validar un Cuestionario de uso de TIC en Docentes Universitarios. *Revista Descubre, 10, 37-45.*
- Estela Gaván, Y. S. (2020). El comportamiento innovador en empresas: una visión desde la autonomía y la disponibilidad de tiempo de los empleados de una empresa del sector transporte en Tamaulipas. *Nova scientia, 24(5), 254-260.*
- Freire, P. (2015). LA CULTURA ORGANIZACIONAL Y SU INFLUENCIA EN EL COMPORTAMIENTO INNOVADOR DEL HOSPITAL GENERAL II-DE “LIBERTAD”
- Felipe, M. (2013). La cultura organizativa como herramienta de gestión interna y de adaptación al entorno. Un estudio de casos múltiple en empresas de murcia.
- Garbanza, G. (2017). Desarrollo organizacional y los procesos de cambio en las instituciones educativas, un reto de la gestión de la educación. *Revista Educación, 7(10), 69-79.*
- Idrovo, A. V. (2022). Modelo Denison para el Planteamiento de Estrategias de Endomarketing en las de Estrategias de Endomarketing en las. *Revista Universidad del Azuay, 17(20), 269-275.*
- Janssen, O., van de Vliert, E. y West, M. (2004). THE BRIGHT AND DARK SIDES

OF INDIVIDUAL AND GROUP INNOVATION: A special issue introduction. *Journal of Organizational Behavior*, 25(2), 129-145. <https://doi.org/10.1002/job.242>

- Kleysen y Street (2001). Hacia una multidimensionalidad medida del individuo comportamiento innovador.
- Martínez, L. (2020). Impacto de factores del desarrollo cultural organizacional, en la rentabilidad empresarial. *Revista Orbis Cognita*, 4(2), 25-36.
- Medellín, E. (2013). *Comportamiento innovador*. Ciudad de México, México: Grupo Editorial Siglo XXI.
- Ortega, R. (2017). La cultura organizacional y su influencia en el comportamiento innovador del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. *Proyecto de titulación previo la obtención del título en Admisnitración de Empresas*, 11-39.
- Perez, E. (2018). La inclusión financiera para la inserción productiva y el papel de la banca de desarrollo. *Informe de CEPAL*, 25-54.
- Petit, E. (2012). El desarrollo organizacional innovador: *un cambio conceptual para promover el desarrollo*. *Revista de Ciencias Sociales*, 18(1), 74 -88.
- Rodríguez, P. R. (2017). La cultura organizacional y su influencia en el comportamiento innovador de la Empresa Pública de Parques Urbanos y Espacios Públicos de la provincia del Guayas. *Revista ComHumanitas*, 7(2), 76-91.
- Robbins y Judge. (2020). *Comportamiento organizacional*. Décima tercera edición.
- Rodríguez, E. (2016). El clima organizacional presente en una empresa de servicio. *Educación en Valores*, 1(25), 3-18. <https://bit.ly/2OB4IaE>
- Rodríguez, M. Las actividades de innovación según el Manual de Oslo (2005) de la OCDE: la innovación de productos.

Roldán, G. (2013), La Innovación Y Cultura Organizacional. *Proyecto de titulación previo la obtención del título doctorarl en Admisnitración de Empresas.*

Sampieri, F. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativas, cualitativa y mixta.* Mc Graw Hill Education.  
[http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales\\_de\\_consulta/Drogas\\_de\\_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf](http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf)

Villacis, L. (2023). COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL Y SU INFLUENCIA EN EL DESEMPEÑO LABORAL EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “COACMES. *Proyecto de titulación previo a la obtención del título en Administración de Empresas, 30-55.*

Yuan, F., & Woodman, R. W. (2010). Innovative Behavior in the Workplace: The Role of Performance and Image Outcome Expectations. *Academy of Management Journal*, 53, 323-342.  
<https://doi.org/10.5465/AMJ.2010.49388995>

## 12. Anexos

### ENCUESTA DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL Y COMPORTAMIENTO INNOVADOR 2023.

La siguiente encuesta está dirigida a los trabajadores que conforman la cooperativa de ahorro y crédito Sumak Smay con el fin de medir y diseñar un plan de mejoramiento del clima laboral y cultura organizacional.

Lea atentamente cada pregunta y califique con una (x) del 1 al 5 según los siguientes valores: (1) Totalmente en desacuerdo, (2) En desacuerdo, (3) Neutral, (4) De acuerdo y (5) Totalmente de acuerdo.

### ENCUESTA DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL

#### Anexo 1. Análisis de la variable de Cultura Organizacional

<b>Participación</b>					
<b>A. Empoderamiento</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1. La mayoría de los miembros de este grupo están muy comprometidos con su trabajo					
2. Las decisiones con frecuencia se toman en el nivel que dispone de la mejor información					
3. La información se comparte ampliamente y se puede conseguir la información que se necesita					
4. Cada miembro cree que puede tener un impacto positivo en el grupo					
5. La planificación de nuestro trabajo es continua e implica a todo el mundo en algún grado					
<b>B. Trabajo en equipo</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
6. Se fomenta activamente la cooperación entre los diferentes grupos de esta organización					
7. Trabajar en este grupo es como formar parte de un equipo					
8. Acostumbramos a realizar las tareas en equipo, en vez de descargar el peso en la dirección					

9. Los grupos y “NO” los individuos son los principales pilares de esta organización					
10. El trabajo se organiza de modo que cada persona entiende la relación entre su trabajo y los objetivos de la organización					
<b>C. Desarrollo de capacidades</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
11. La autoridad se delega de modo que las personas puedan actuar por sí mismas					
12. Se les proporciona capacitación a los futuros líderes del grupo					
13. Esta empresa invierte continuamente en el desarrollo de las capacidades de sus miembros					
14. La capacidad de las personas es vista como una fuente importante de ventaja competitiva					
15. A menudo surgen problemas porque no disponemos de las habilidades necesarias para hacer el trabajo					
<b>Consistencia</b>					
<b>D. Valores</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
16. Los líderes y directores practican lo que pregonan					
17. Existe un estilo de dirección característico con un conjunto de prácticas distintivas					
18. Existe un conjunto de valores claro y consistente que rige la forma en que nos conducimos					
19. Ignorar los valores esenciales de este grupo te ocasionará problemas					
20. Existe un código ético que guía nuestro comportamiento y nos ayuda a distinguir lo correcto					
<b>E. Acuerdos</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
21. Cuando existen desacuerdos, trabajamos intensamente para encontrar soluciones donde todos ganen.					
22. Este grupo tiene una cultura «fuerte»					
23. Nos resulta fácil lograr el consenso, aun en temas difíciles					
24. A menudo tenemos dificultades para alcanzar acuerdos en temas clave					
25. Existe un claro acuerdo acerca de la forma correcta e incorrecta de hacer las cosas					
<b>F. Coordinación e integración</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
26. Nuestra manera de trabajar es consistente y predecible					



27. Las personas de diferentes grupos de esta organización tienen una perspectiva común					
28. Es sencillo coordinar proyectos entre los diferentes grupos de esta organización					
29. Trabajar con alguien de otro grupo de esta organización es como trabajar con alguien de otra organización					
30. Existe una buena alineación de objetivos entre los diferentes niveles jerárquicos					
<b>Adaptabilidad</b>					
<b>G. Orientación al cambio</b>	1	2	3	4	5
31. La forma que tenemos de hacer las cosas es flexible y fácil de cambiar					
32. Respondemos bien a los cambios del entorno					
33. Adoptamos continuamente nuevas y mejores formas de hacer las cosas					
34. Los intentos de realizar cambios, suelen generar resistencia por parte del equipo					
35. Los diferentes grupos de esta organización cooperan a menudo para introducir cambios					
<b>H. Orientación al cliente</b>	1	2	3	4	5
36. Los comentarios y recomendaciones de nuestros clientes conducen a menudo a introducir cambios					
37. La información sobre nuestros clientes influye en nuestras decisiones					
38. Todos tenemos una comprensión profunda de los deseos y necesidades de nuestro entorno					
39. Nuestras decisiones ignoran con frecuencia los intereses de los clientes					
40. Fomentamos el contacto directo de nuestra gente con los clientes					
<b>I. Aprendizaje organizativo</b>	1	2	3	4	5
41. Consideramos el fracaso como una oportunidad para aprender y mejorar					
42. La innovación es algo que fomenta la empresa					
43. Muchas ideas «se pierden por el camino»					
44. El aprendizaje es un objetivo importante en nuestro trabajo cotidiano					
45. Nos aseguramos que «la mano derecha sepa lo que está haciendo la izquierda»					

<b>Misión</b>					
<b>J. Dirección y propósitos estratégicos</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
46. Esta organización tiene un proyecto y una orientación a largo plazo					
47. Nuestra estrategia sirve de ejemplo a otras organizaciones					
48. Esta organización tiene una misión clara que le otorga sentido y rumbo a nuestro trabajo					
49. Esta organización tiene una clara estrategia de cara al futuro					
50. La orientación estratégica de esta organización no me resulta clara					
<b>K. Metas y objetivos</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
51. Existe un amplio acuerdo sobre las metas a conseguir					
52. Los líderes y directores fijan metas ambiciosas pero Realistas					
53. La Dirección nos conduce hacia los objetivos que tratamos de alcanzar					
54. Comparamos continuamente nuestro progreso con los objetivos fijados					
55. Las personas de esta organización comprenden lo que hay que hacer para tener éxito a largo plazo					
<b>L. Visión</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
56. Tenemos una visión compartida de cómo será esta organización en el futuro					
57. Los líderes y directores tienen una perspectiva a largo plazo					
58. El cumplimiento de metas a corto plazo comprometea menudo nuestra visión a largo plazo					
59. Nuestra visión genera entusiasmo y motivación entre nosotros					
60. Podemos satisfacer las demandas a corto plazo sin comprometer nuestra visión a largo plazo.					

## ENCUESTA DEL COMPORTAMIENTO INNOVADOR

### Anexo 2. Análisis de variable del Comportamiento Innovador

<b>Comportamiento Innovador</b>					
<b>A. Generación de ideas.</b>	1	2	3	4	5
1. Creo nuevas ideas ante problemas difíciles.					
2. Busco nuevas metodologías, técnicas o instrumentos para el trabajo.					
3. Genero soluciones originales para problemas.					
<b>B. Promoción de ideas.</b>	1	2	3	4	5
4. Incentivo el apoyo para ideas innovadoras.					
5. Obtengo la aprobación de ideas innovadoras					
Consgo que miembros importantes de la organización se entusiasmen por ideas innovadoras.					
<b>C. Realización de ideas.</b>	1	2	3	4	5
7. Transformo ideas innovadoras en prácticas útiles					
8. Transformo ideas innovadoras en prácticas útiles.					
9. Evalúo la utilidad de ideas innovadoras.					

### Anexo 3. Análisis de la encuesta

A continuación, se muestran los resultados obtenidos en cada una de las variables estudiadas, de la Cultura Organizacional y el Comportamiento innovador:

El análisis de los resultados contiene la información encontrada durante el proceso de la investigación, la misma que permitirá la obtención de los distintos objetivos planteados:

**Figura 16:**

*La mayoría de los miembros de este grupo están muy comprometidos con su trabajo.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** El 45% de los trabajadores encuestados señalan que están de acuerdo, en relación con su compromiso en el trabajo, un 25% señala que está de totalmente de acuerdo, un 15% de los trabajadores neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo), un 10% manifiesta que se encuentra de totalmente en desacuerdo y un 5% se encuentra en desacuerdo.

**Figura 17:**

*Las decisiones con frecuencia se toman en el nivel que dispone de la mejor información.*

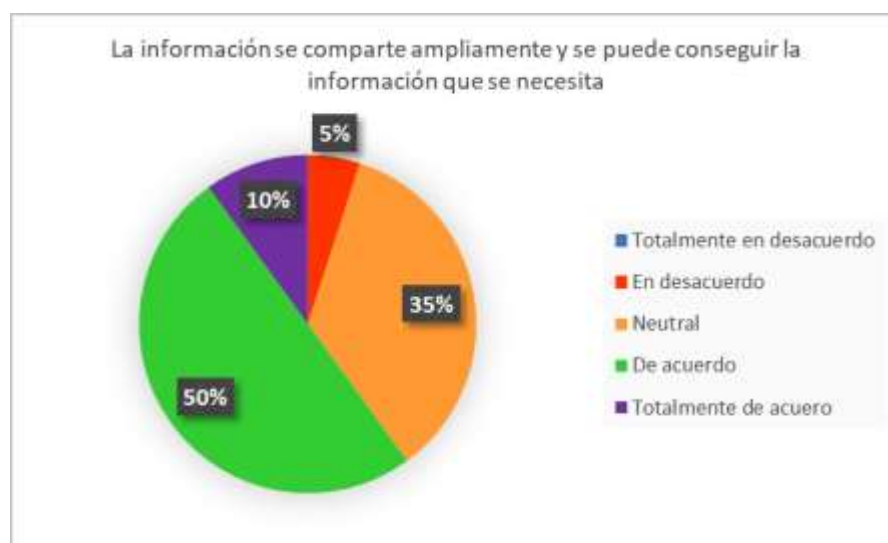


*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** La mayoría de los colaboradores opinan que las decisiones se llevan a cabo de la mejor manera con un 55%, con un 35% en neutro (ni de acuerdo ni en desacuerdo), con un 5% en desacuerdo y con el 5% totalmente de acuerdo

**Figura 18:**

*La información se comparte ampliamente y se puede conseguir la información que se necesita.*

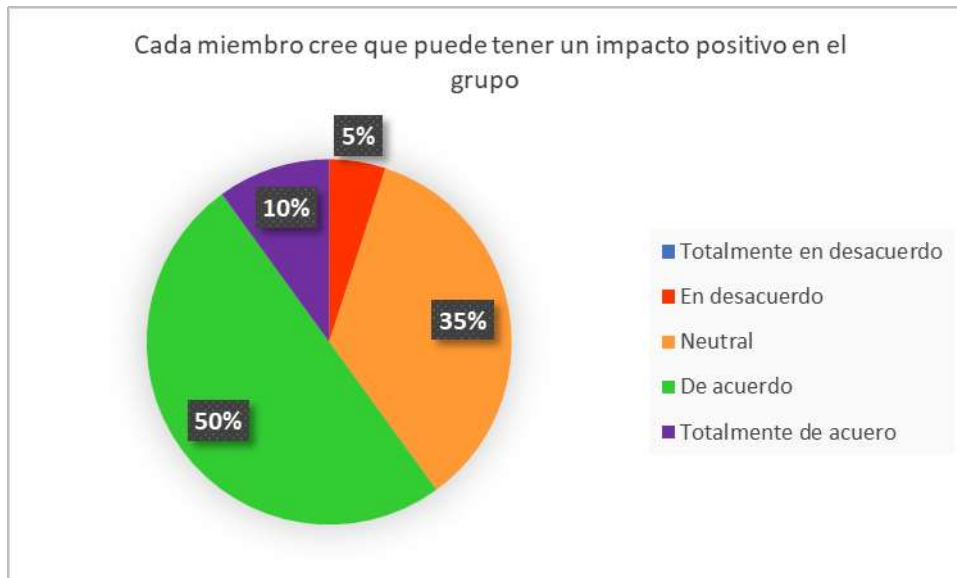


*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** El 50% de los encuestados señalan que están de acuerdo que se puede obtener la información necesaria, con un 35% que expresan estar en neutro (ni de acuerdo ni en desacuerdo), con un 10% totalmente de acuerdo y con un 5% expresan estar en desacuerdo.

**Figura 19:**

*Cada miembro cree que puede tener un impacto positivo en el grupo.*

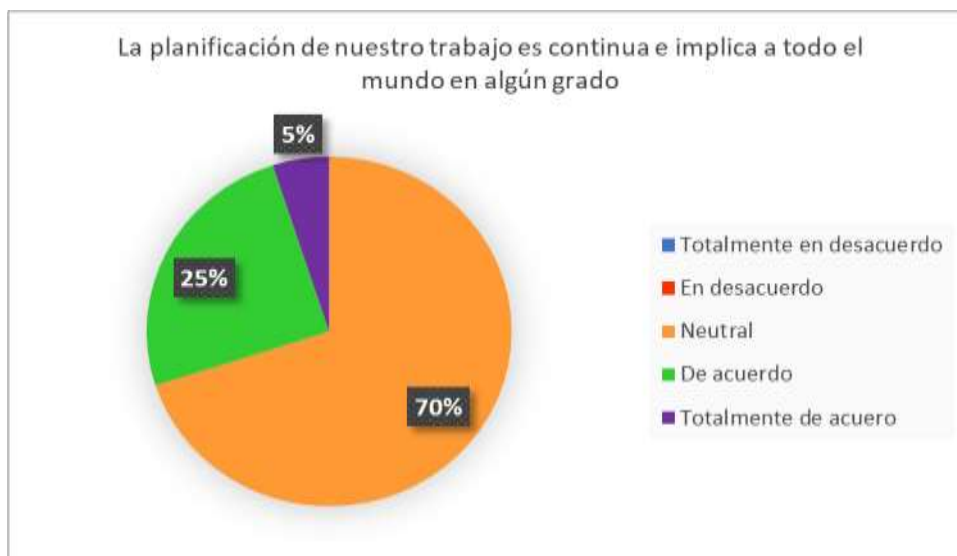


*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** Respecto a esta pregunta si cada trabajador cree que puede tener un impacto positivo en el equipo, el 50% afirma estar de acuerdo, el 35% manifiestan estar en neutro (ni de acuerdo ni en desacuerdo), mientras un 10% indica estar totalmente de acuerdo y un 5% manifiesta estar en desacuerdo.

**Figura 20:**

*La planificación de nuestro trabajo es continua e implica a todo el mundo en algún grado.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** Mediante esta pregunta se busca que la esencia de la planeación estratégica fundamente en la identificación sistemática de las oportunidades y peligros que surgen en el futuro con el 70% en neutro (ni de acuerdo ni en desacuerdo), con el 25% responde estar de acuerdo y con un 5% estar totalmente de acuerdo.

**Figura 21:**

*Se fomenta activamente la cooperación entre los diferentes grupos de esta organización.*

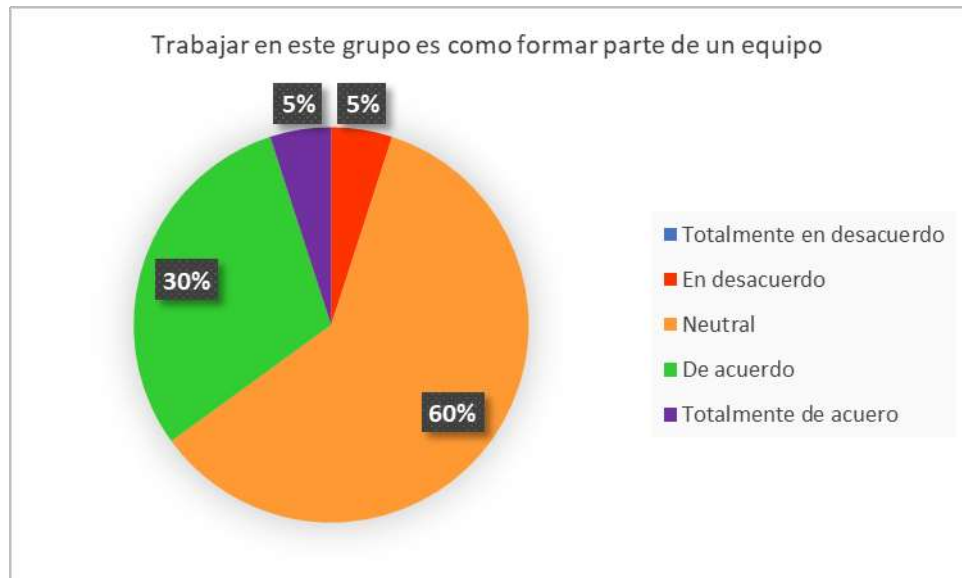


*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** Con esta pregunta se busca analizar si existe una buena cooperación entre los diferentes grupos de la empresa dando con un 60% de los encuestados que están de acuerdo, con el 30% neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo), con el 5% totalmente de acuerdo, con el 5% desacuerdo.

**Figura 22:**

*Trabajar en este grupo es como formar parte de un equipo.*



**Interpretación:** En esta grafica según los colaboradores se observa que el 60% está en neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo) que cada persona no se siente parte de un equipo de trabajo, con un 30% de los encuestados señalan estar de acuerdo, con un 5% señalan que están totalmente de acuerdo y finalmente con un 5% en desacuerdo.



**Figura 23:**

*Acostumbramos a realizar las tareas en equipo, en vez de descargar el peso en la dirección.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** Según los colaboradores el 45% responden estar en desacuerdo en realizar las tareas en equipo, con el 30% están de acuerdo y con el 25% afirma estar en neutro (ni de acuerdo ni en desacuerdo).

**Figura 24:**

*Los grupos y "NO" los individuos son los principales pilares de esta organización.*



*Nota: Elaboración propia.*

**Interpretación:** El 55% de los colaboradores responden neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo), en relación a que los grupos de trabajo son el pilar de la organización, con un 30% expresan estar de acuerdo y finalmente con un 15% que manifiestan estar en desacuerdo.

**Figura 25:**

*El trabajo se organiza de modo que cada persona entiende la relación entre su trabajo y los objetivos de la organización.*

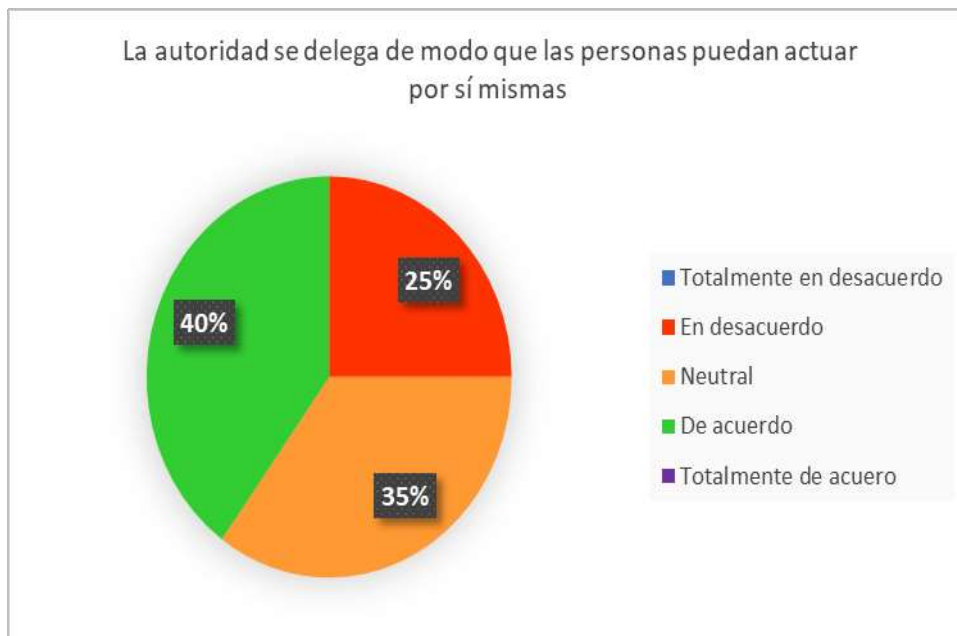


*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** Según los colaboradores el 70% está de acuerdo en organizarse para realizar su trabajo, mientras que un 30% responde neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo).

**Figura 26:**

*La autoridad se delega de modo que las personas puedan actuar por sí mismas.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** De acuerdo a esta pregunta el 40% de los colaboradores están de acuerdo en delegar actividades, mientras un 35% responde neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo), y un 25% en desacuerdo.

**Figura 27:**

*Se les proporciona capacitación a los futuros líderes del grupo.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** Mediante esta pregunta se busca conocer si se brinda capacitaciones a los miembros de la organización obteniendo el resultado de un 55% neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo), un 20% de acuerdo, un 20% manifiesta estar en desacuerdo y un 5 % totalmente de acuerdo.

**Figura 28:**

*Esta empresa invierte continuamente en el desarrollo de las capacidades de sus miembros.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** En relación a la siguiente pregunta el 55% de los colaboradores responde neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo) a que la organización invierte en el desarrollo de capacidades de los mismos, un 35% manifiesta estar de acuerdo y un 10% en desacuerdo.

**Figura 29:**

*La capacidad de las personas es vista como una fuente importante de ventaja competitiva.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** La mayoría de los colaboradores con un 60% indican estar de acuerdo en que sean vistos como una ventaja competitiva, un 25% neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo) y un 15% manifiesta estar totalmente de acuerdo.

**Figura 30:**

*A menudo surgen problemas porque no disponemos de las habilidades necesarias para hacer el trabajo.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** En la siguiente pregunta un 35% de los encuestados responde neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo) en relación al surgimiento de problemas, un 30% en desacuerdo, un 20% totalmente de acuerdo y un 15% manifiesta estar de acuerdo.

**Figura 31:**

*Los líderes y directores practican lo que pregonan.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** El 60% de encuestados manifiestan estar de acuerdo en que los líderes y directores practican lo que pregonan, un 35% responden neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo) y un 5% responde estar en desacuerdo.

**Figura 32:**

*Existe un estilo de dirección característico con un conjunto de prácticas distintivas.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** El 65% de los colaboradores responden neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo) a la existencia de un estilo de dirección, un 30% de acuerdo y un 5% expresa estar totalmente de acuerdo.

**Figura 33:**

*Existe un conjunto de valores claro y consistente que rige la forma en que nos conducimos.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** En la siguiente pregunta un 45% está de acuerdo en que existe un conjunto de valores claros en la organización, un 45% neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo) y un 10% manifiesta estar totalmente de acuerdo.

**Figura 34:**

*Ignorar los valores esenciales de este grupo te ocasionará problemas.*



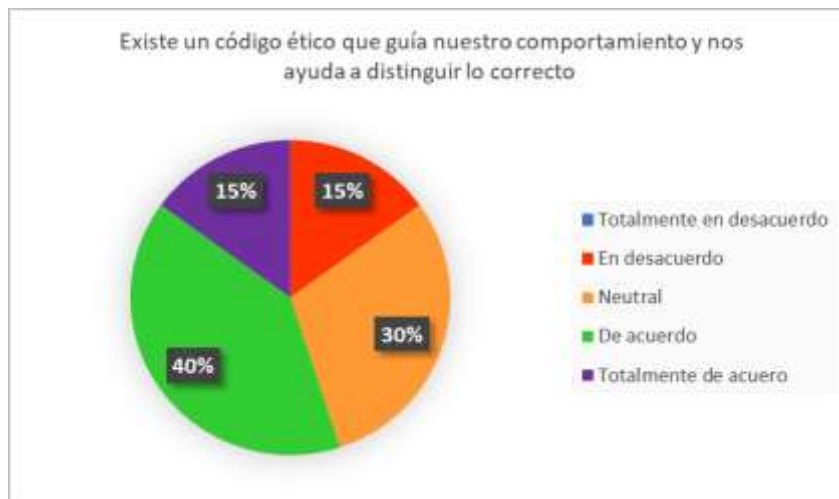
*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** De acuerdo a la siguiente pregunta el 75% de los colaboradores están de acuerdo en que ignorar los valores ocasionara problemas en la organización, mientras que un 15% está totalmente de acuerdo y un 10% responde neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo).



**Figura 35:**

*Existe un código ético que guía nuestro comportamiento y nos ayuda a distinguir lo correcto.*

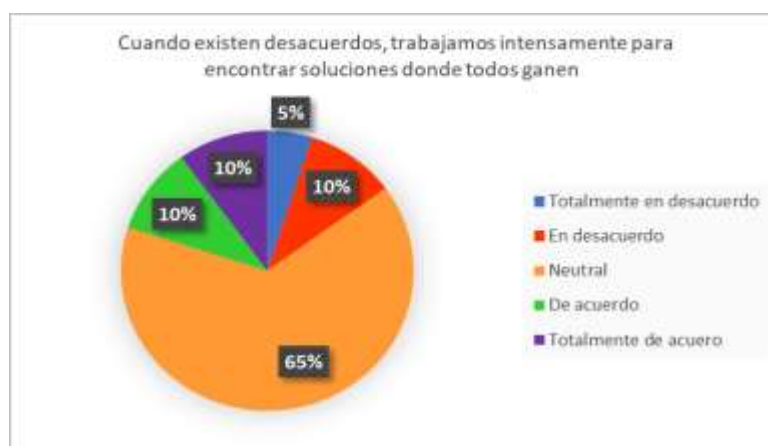


*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** El 40% de encuestados indican estar de acuerdo en que existe un código ético que ayuda a realizar lo correcto, un 30% responde neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo), un 15% en desacuerdo y un 15% indica estar totalmente de acuerdo.

**Figura 36:**

*Cuando existen desacuerdos, trabajamos intensamente para encontrar soluciones donde todos ganen.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** El 65% de colaboradores responden neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo) en que trabajan intensamente para solucionar los desacuerdo, un 10% indica estar en desacuerdo, 10% neutral, un 10% totalmente de acuerdo y un 5% indica estar totalmente en desacuerdo.

**Figura 37:**

*Este grupo tiene una cultura «fuerte».*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** En la siguiente pregunta el 55% de los colaboradores concuerdan en que no existe una cultura fuerte dentro de la organización, 35% totalmente en desacuerdo, un 5% indica estar de acuerdo y un 5% responde neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo).

**Figura 38:**

*Nos resulta fácil lograr el consenso, aun en temas difíciles.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** En la siguiente pregunta se puede observar que el 55% de los encuestados responden neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo) en relación a que les resulta fácil lograr un consenso en la organización, un 30% indica estar en desacuerdo y un 15% de los colaboradores de acuerdo.

**Figura 39:**

*A menudo tenemos dificultades para alcanzar acuerdos en temas clave.*

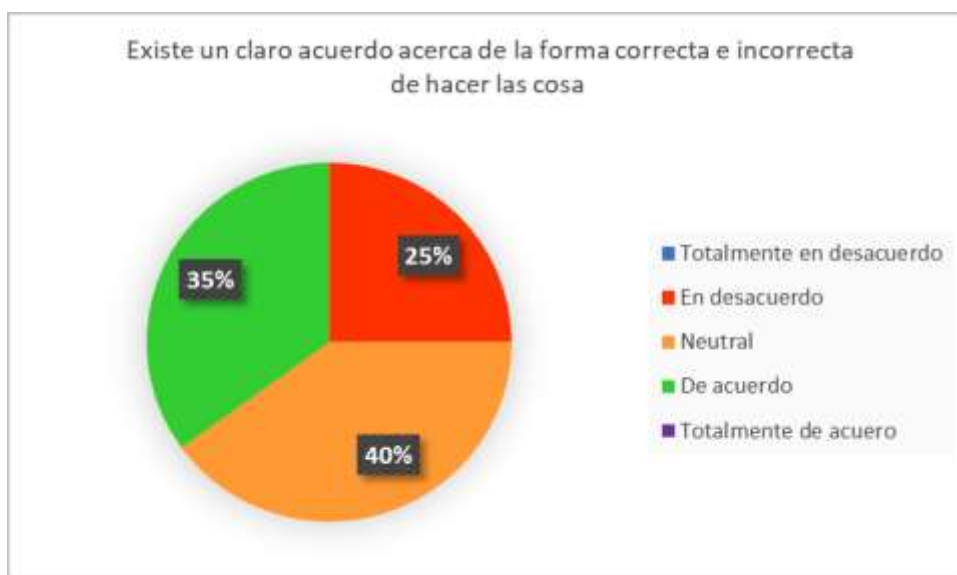


*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** El 45% de colaboradores manifiestan está de acuerdo en que existen dificultades para llegar a distintos acuerdos, 30% neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo), un 25% indica estar en desacuerdo.

**Figura 40:**

*Existe un claro acuerdo acerca de la forma correcta e incorrecta de hacer las cosas.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** En la siguiente pregunta el 40% de los encuestados responde neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo) a la pregunta referente a la existencia de acuerdo para la realización de las cosas, un 35% indica estar de acuerdo y un 25% manifiesta estar en desacuerdo.

**Figura 41:**

*Nuestra manera de trabajar es consistente y predecible.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** El 70% de colaboradores indica estar de acuerdo con la manera de trabajar, un 20% responden neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo), un 5% manifiesta estar en desacuerdo y un 5% indica estar totalmente de acuerdo.

**Figura 42:**

*Las personas de diferentes grupos de esta organización tienen una perspectiva común.*

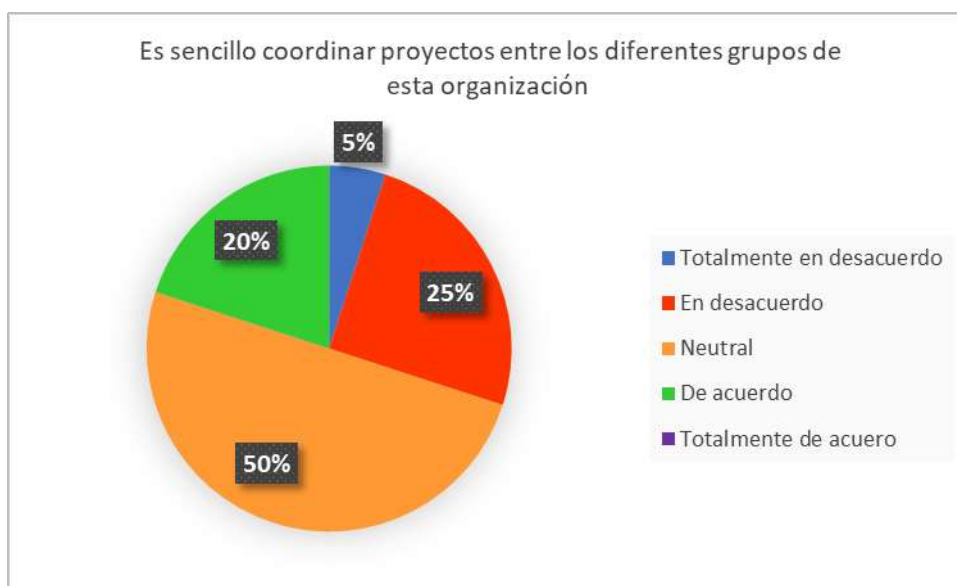


*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** Un 65% de encuestados responde neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo) referencialmente a la pregunta si los grupos de la organización tienen una perspectiva común y el 35% manifiesta estar de acuerdo.

**Figura 43:**

*Es sencillo coordinar proyectos entre los diferentes grupos de esta organización.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** Mediante este gráfico se obtuvo un resultado del 50% de responder neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo) que es posible coordinar proyectos entre los distintos departamentos de la empresa, por otra parte, el 25% afirma estar en desacuerdo, el 20% de acuerdo y el 5% totalmente en desacuerdo.

**Figura 44:**

*Trabajar con alguien de otro grupo de esta organización es como trabajar con alguien de otra organización.*

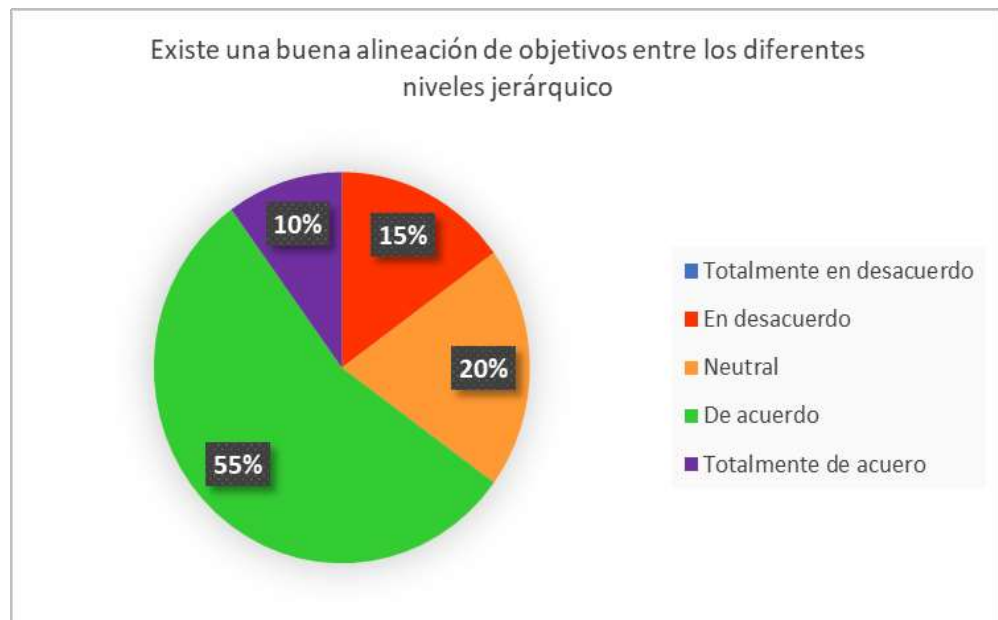


*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** Mediante este gráfico se obtuvo un resultado del 45% estar en neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo) que trabajar con alguien de la cooperativa es como trabajar con otra cooperativa, el 30% afirma estar de acuerdo en poder trabajar con los diferentes grupos de la cooperativa y el 25% expresa estar en desacuerdo.

**Figura 45:**

*Existe una buena alineación de objetivos entre los diferentes niveles jerárquico.*



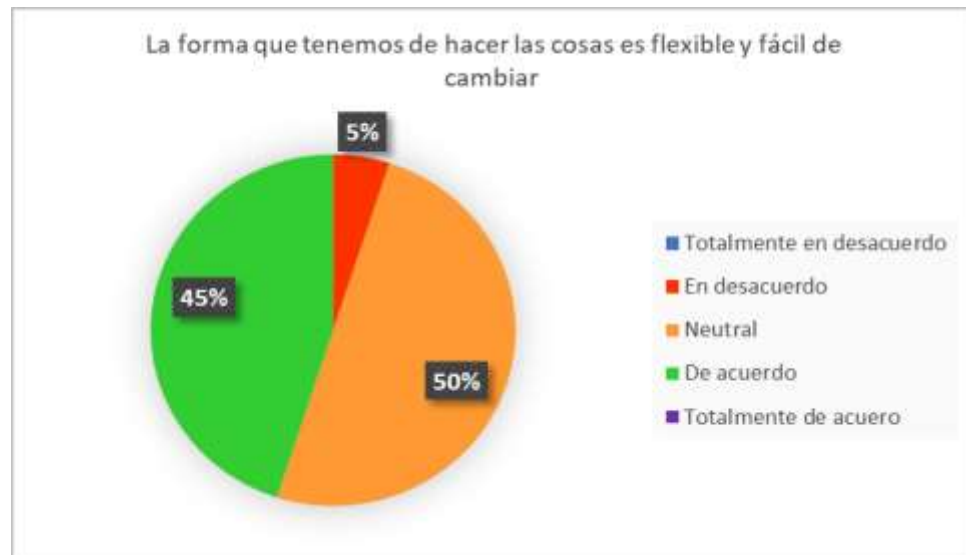
*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** El 55 % de los trabajadores que conforma la cooperativa Sumak Samy están de acuerdo que hay una buena alineación de objetivos en todos los diferentes niveles jerárquicos de la empresa, con un 20% están neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo) de que los objetivos dentro de la empresa de forma directa o indirecta se muevan hacia un objetivo común, el 15% expresa estar en desacuerdo y el 10% afirma estar totalmente de acuerdo.



**Figura 46:**

*La forma que tenemos de hacer las cosas es flexible y fácil de cambiar.*

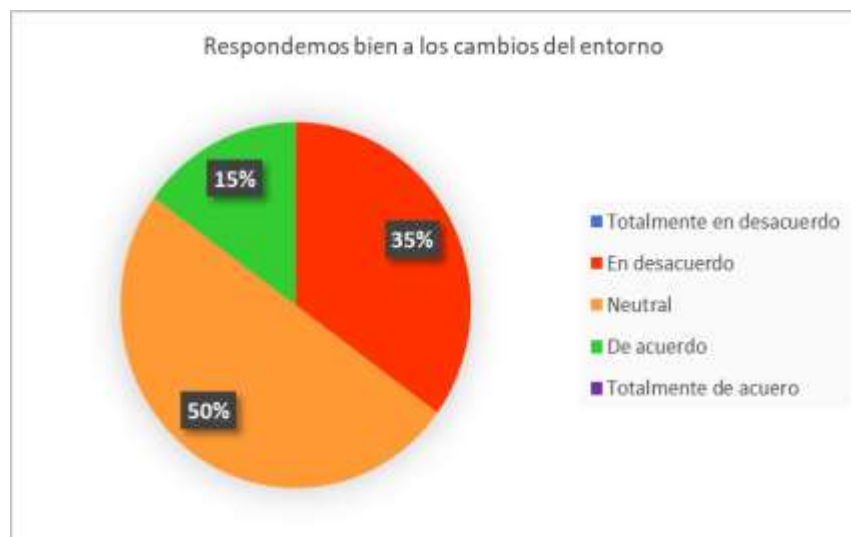


*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** El 50% de los encuestados afirman estar en neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo) que la manera de hacer las actividades laborales es fácil y flexible de cambiar, con un 45% de los trabajadores están de acuerdo que tienen la capacidad de lograr y enfrentarse a una situación nueva y adaptarse al cambio y el 5% expresa estar en desacuerdo. Los resultados obtenidos reflejan que los trabajadores están indecisos para adaptarse a nuevos cambios.

**Figura 47:**

*Respondemos bien a los cambios del entorno.*

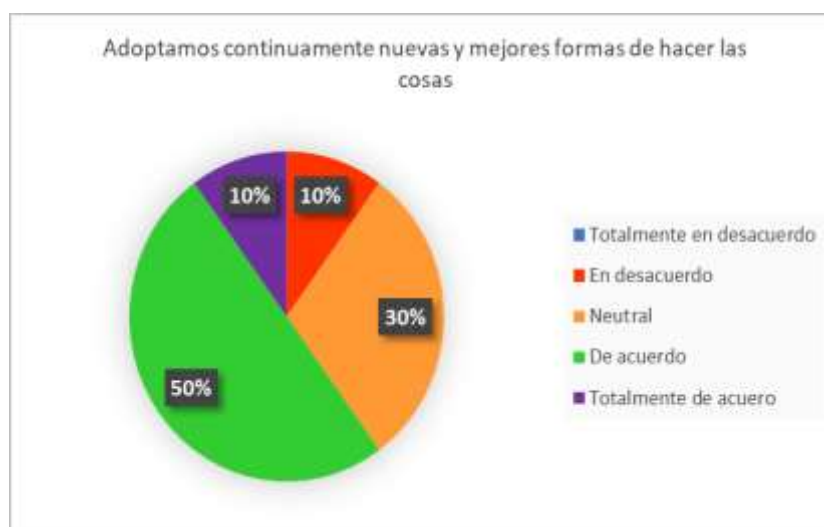


*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** El 50% de los trabajadores de la cooperativa Sumak Samy están en neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo) que responden de buena manera a los cambios que genera la organización, con un 35% están en desacuerdo en adaptarse a nuevos entornos ser flexibles, adquirir nuevas habilidades y conocimientos, y un 15% expresan estar de acuerdo a estos cambios.

**Figura 48:**

*Adoptamos continuamente nuevas y mejores formas de hacer las cosas.*

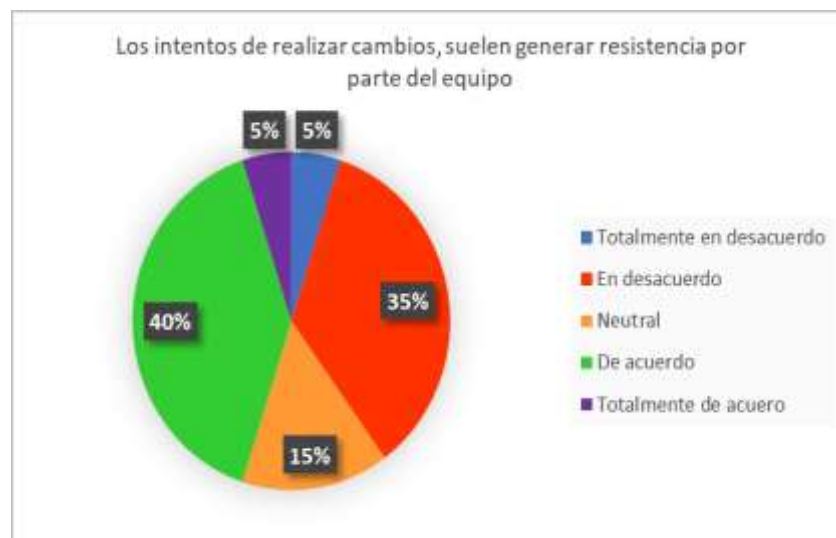


*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** El 50% de los encuestados de la cooperativa están de acuerdo que se debe adaptar las nuevas y mejores formas de hacer las actividades para rendir muy bien en su trabajo, el 30 % está en neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo), el 10% señala estar totalmente de acuerdo ya que el desarrollo del personal consiste en adoptar nuevas ideas y el 10% expresa estar en desacuerdo.

**Figura 49:**

*Los intentos de realizar cambios, suelen generar resistencia por parte del equipo.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** Los trabajadores de la cooperativa un 40% está de acuerdo en que los intentos de realizar cambios suelen generar resistencia por parte del equipo., el 35% afirma estar en desacuerdo, el 15% señala estar en neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo), el 5% expresa estar totalmente en desacuerdo y el 5% señala estar totalmente de acuerdo.

**Figura 50:**

*Los diferentes grupos de esta organización cooperan a menudo para introducir cambios.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** El 55% de los encuestados afirmó estar de acuerdo en cooperar u ayudar para crear nuevos cambios en la cooperativa, con un 25% neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo) y con un 20% en desacuerdo.

**Figura 51:**

*Los comentarios y recomendaciones de nuestros clientes conducen a menudo a introducir cambios.*

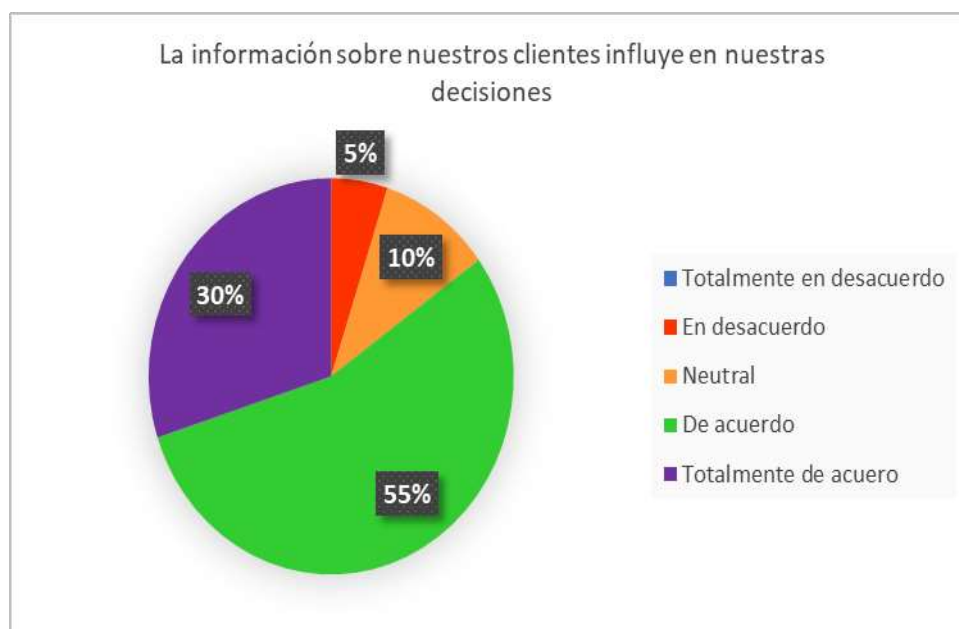


*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** De acuerdo a la pregunta realizada un 45% de los trabajadores de la cooperativa Sumak Samy supo manifestar que están de acuerdo en acoger los comentarios y recomendaciones de los clientes con el fin de brindar un buen servicio, el 35% de los encuestados están totalmente de acuerdo que nuestros clientes siempre deben estar satisfechos con lo que ofrece la empresa y un 20 % expresa estar en neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo).

**Figura 52:**

*La información sobre nuestros clientes influye en nuestras decisiones.*

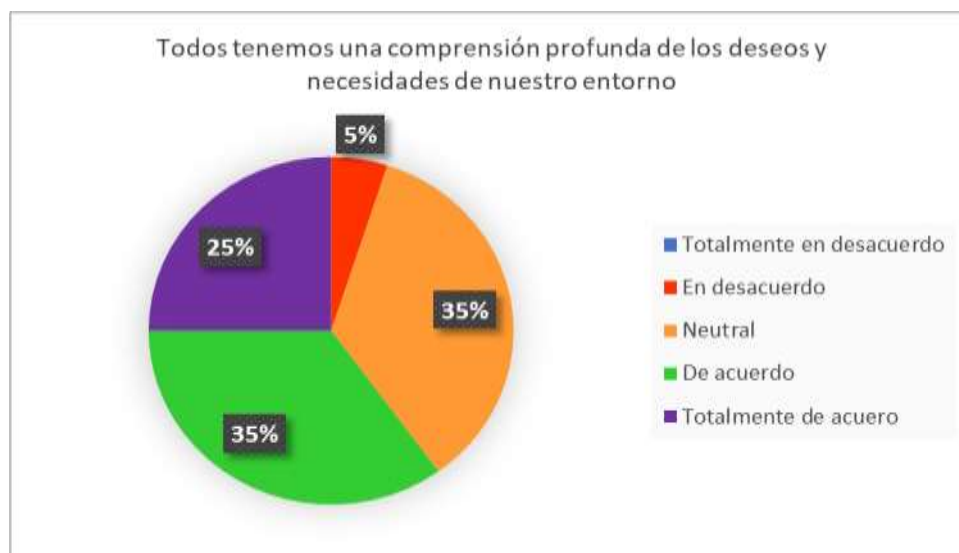


*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** El 55% de los trabajadores que conforman la cooperativa está de acuerdo que la información de los clientes influye de buena manera en nuestras decisiones, el 30% del personal está totalmente de acuerdo ya que la información que proporcionan los clientes ayuda a tomar mejores decisiones en la cooperativa, el 10 % expresa estar en neutro (ni de acuerdo ni es desacuerdo) y el 5% señala estar en desacuerdo.

**Figura 53:**

*Todos tenemos una comprensión profunda de los deseos y necesidades de nuestro entorno.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** El 35% de los encuestados afirman que tienen una comprensión profunda de los deseos y necesidades del entorno, el 35% expresa estar neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo), el 25% están totalmente de acuerdo y el 5% señalan estar en desacuerdo.

**Figura 54:**

*Nuestras decisiones ignoran con frecuencia los intereses de los clientes.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** El 45% de los encuestados expresan estar en desacuerdo en que nuestras malas dediciones afectan a nuestros clientes, el 15% en total desacuerdo, el 15% de acuerdo, el 15% totalmente de acuerdo y el 10% señala estar en neutral ni de acuerdo ni en desacuerdo).

**Figura 55:**

*Fomentamos el contacto directo de nuestra gente con los clientes.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** Según los encuestados de la cooperativa Sumak Samy el 55% afirman que en la cooperativa fomenta el contacto directo con los clientes, el 30% están totalmente de acuerdo que la cooperativa se enfoca en tener una buena relación con los clientes y el 15% señala estar neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo).

**Figura 56:**

*Consideramos el fracaso como una oportunidad para aprender y mejorar.*

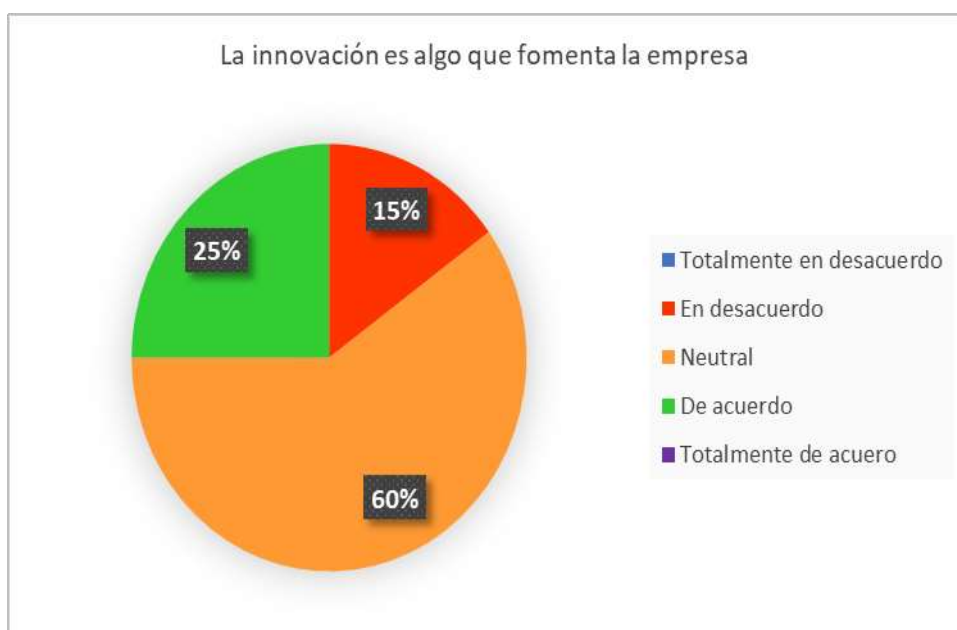


*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** El 45% de los encuestados afirman que están totalmente de acuerdo que consideran el fracaso como una oportunidad para aprender y mejorar, el 45% está de acuerdo ya que el fracaso ayuda a mejorar como personas y el 10% expresa estar en neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo).

**Figura 57:**

*La innovación es algo que fomenta la empresa.*



*Nota: Elaboración propia*



**Interpretación:** El 60% de los trabajadores afirman que están en neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo) que la innovación es algo que fomenta la empresa, el 25% señala estar de acuerdo ya que la organización va a lograr sus metas mediante el desarrollo de innovación y el 15% expresa que está en desacuerdo.

**Figura 58:**

*Muchas ideas se pierden por el camino.*

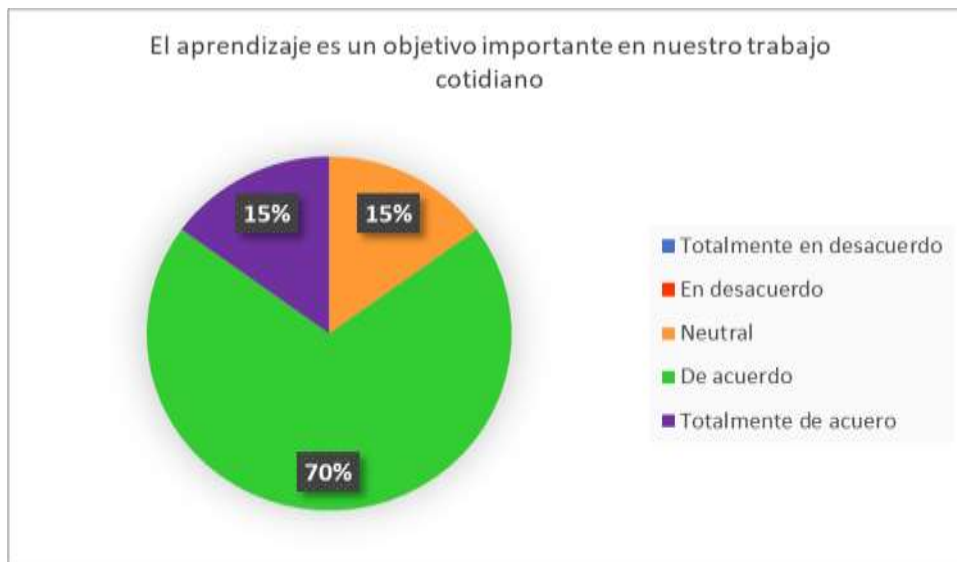


*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** Los encuestados de la cooperativa Sumak Samy el 45% está en desacuerdo en que muchas ideas se pierden por el camino, con un 20% señalan estar en neutro (ni de acuerdo ni en desacuerdo), con un 20% afirman estar de acuerdo, un 10% totalmente de acuerdo y un 5% expresa estar totalmente en desacuerdo.

**Figura 59:**

*El aprendizaje es un objetivo importante en nuestro trabajo cotidiano.*

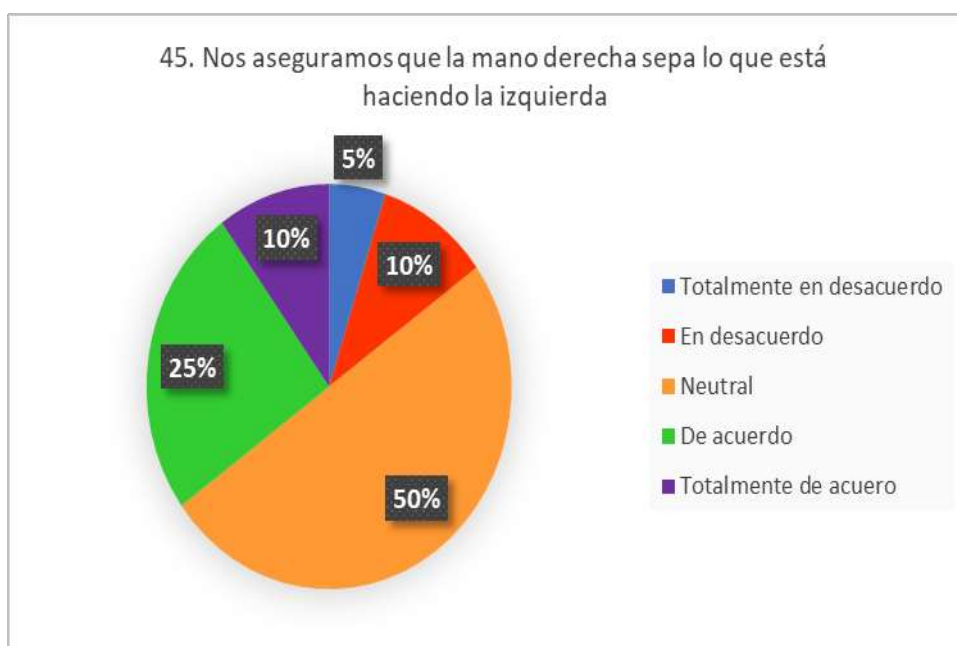


*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** Según la opinión de los trabajadores el 70% están de acuerdo en que el aprendizaje es importante en el trabajo cotidiano, el 15% opinan que están totalmente de acuerdo, y el 15% opina en neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo).

**Figura 60:**

*Nos aseguramos que la mano derecha sepa lo que está haciendo la izquierda.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** Según la opinión de los trabajadores el 50% están en neutral (ni de acuerdo ni es desacuerdo) que nos aseguremos de que la mano derecha sepa lo que hace la izquierda, el 25% opinan que están de acuerdo, el 10 % opina que están totalmente de acuerdo, el 10% opina que está en desacuerdo y el 5% opina que está totalmente en desacuerdo.

**Figura 61:**

*Esta organización tiene un proyecto y una orientación a largo plazo.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** Según los encuestados de la cooperativa Sumak Samy el 70% afirman que en la empresa existe un proyecto y una orientación a largo plazo, el 25% están neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo) que la empresa se enfoca en un futuro, y el 5% está totalmente de acuerdo.

**Figura 62:**

*Nuestra estrategia sirve de ejemplo a otras organizaciones.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** El 50% de los trabajadores que conforman la cooperativa Sumak Samy afirman que están neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo) que nuestras estrategias sirven de ejemplo a otras cooperativas, el 25% está en desacuerdo, el 20% está de acuerdo, ya que las estrategias permiten lograr una ventaja competitiva y el 5% está totalmente de acuerdo.

**Figura 63:**

*Esta organización tiene una misión clara que le otorga sentido y rumbo a nuestro trabajo.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** El 70% de los encuestados de la cooperativa Sumak Samy afirman que están de acuerdo que en la empresa hay una clara misión que da sentido a nuestro trabajo dado que la empresa tiene propósitos y objetivos en su función dentro de la sociedad, el 20% está neutral (de acuerdo ni en desacuerdo), el 5% está en desacuerdo y el 5% está totalmente de acuerdo.

**Figura 64:**

*Esta organización tiene una clara estrategia de cara al futuro.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** Según el 40% de los trabajadores encuestados afirman que están de acuerdo que en la cooperativa se tiene una clara estrategia para el futuro, el 30 % está neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo) que la organización va a lograr sus metas mediante el desarrollo de estrategias, el 25% afirma que está totalmente de acuerdo y el 5% expresa estar en desacuerdo.

**Figura 65:**

*La orientación estratégica de esta organización no me resulta clara.*

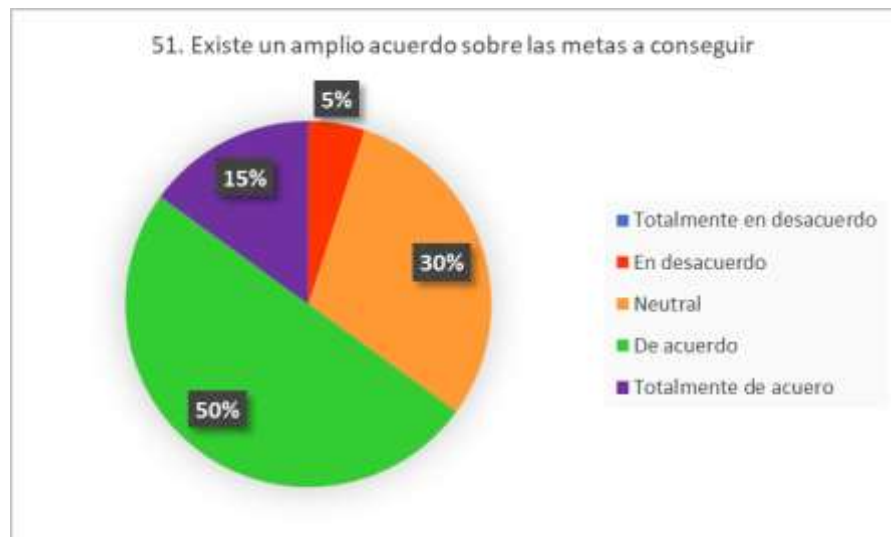


*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** Según la opinión del 50% de los colaboradores está neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo) que la orientación estratégica de la cooperativa no es muy clara, el 35% opinan que están de acuerdo, el 10% están en desacuerdo y el 5% opinan que están totalmente de acuerdo.

**Figura 66:**

*Existe un amplio acuerdo sobre las metas a conseguir.*

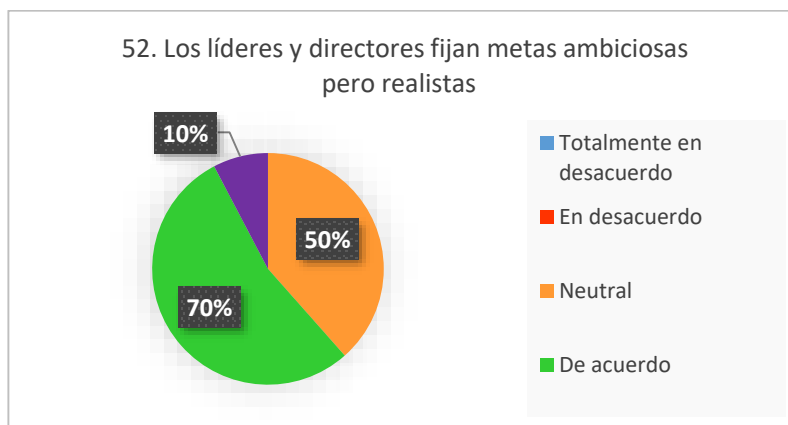


*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** Según la opinión del 50% de los colaboradores están en de acuerdo que existe un amplio acuerdo sobre las metas que se debe lograr, el 30% opinan que están en neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo), el 15% están en totalmente de acuerdo y el 5% están en desacuerdo. Los resultados obtenidos reflejan que existe un amplio acuerdo sobre las metas a conseguir.

**Figura 67:**

*Los líderes y directores fijan metas ambiciosas pero realistas.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** Según la opinión de los trabajadores el 70% consideran estar de acuerdo que los líderes directores fijan metas ambiciosas pero realistas, mientras que el 50% señalan que están en neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo) y el 10% expresa que están totalmente de acuerdo.

**Figura 68:**

*La Dirección nos conduce hacia los objetivos que tratamos de alcanzar.*



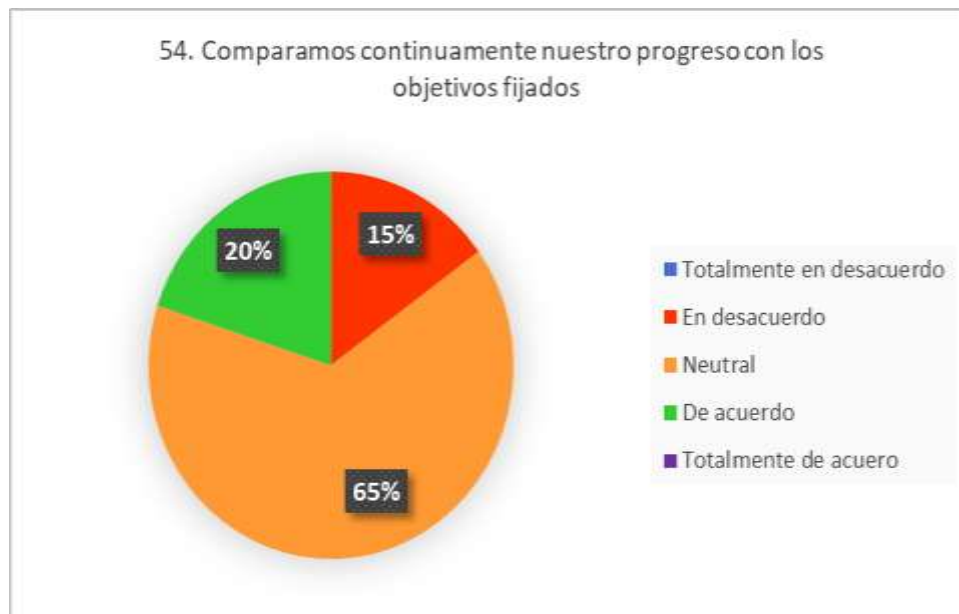
*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** El 70% de los encuestados de la cooperativa Sumak Samy están de acuerdo que la dirección conduce hacia los objetivos que tratan de alcanzar, el 25% opinan neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo) y el 5% opina que está en desacuerdo.



**Figura 69:**

*Comparamos continuamente nuestro progreso con los objetivos fijados.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** El 65% de los colaboradores opinan que están en neutro (ni de acuerdo ni en desacuerdo) que comparamos continuamente nuestro progreso con los objetivos fijados, el 20% opina estar de acuerdo el 15% opina estar en desacuerdo.

**Figura 70:**

*Las personas de esta organización comprenden lo que hay que hacer para tener éxito a largo plazo.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** Según la opinión de los encuestados el 45% están de acuerdo que los trabajadores comprenden lo que se necesita para tener éxito a largo plazo generando nuevas ideas y estrategias, el 40% opinan que están neutro (ni de acuerdo ni en desacuerdo), el 10% manifiesta que está en desacuerdo y el 5% expresa estar totalmente de acuerdo.

**Figura 71:**

*Tenemos una visión compartida de cómo será esta organización en el futuro.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** Según el 55% de los encuestados señalan que están de acuerdo que los trabajadores comparten una visión de cómo será la cooperativa en el futuro, mientras que el 30% opina estar en neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo), con el 10% expresan estar totalmente de acuerdo y con el 5% opinan estar en desacuerdo.

**Figura 72:**

*Los líderes y directores tienen una perspectiva a largo plazo.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** Según la opinión de los trabajadores de la cooperativa Sumak Samy el 55% está de acuerdo que los líderes y directores tiene una perspectiva a largo plazo, ya que son los que toman decisiones y son creativos e innovadores seguidamente el 25% están en neutro (ni de acuerdo ni en desacuerdo), el 10% manifiesta estar totalmente de acuerdo y el otro 10% está en desacuerdo.

**Figura 73:**

*El cumplimiento de metas a corto plazo compromete a menudo nuestra visión a largo plazo.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** Según los colaboradores encuestados el 45% afirman estar de acuerdo que están comprometidos a menudo con la visión de la empresa mientras que el 40% están en neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo), con el 10% expresan estar totalmente de acuerdo y con el 5% señalan estar en desacuerdo.

**Figura 74:**

*Nuestra visión genera entusiasmo y motivación entre nosotros.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** El 45% de los encuestados de la cooperativa Sumak Samy afirman estar de acuerdo que la visión y motivación alienta a los trabajadores de la cooperativa ya que orienta las acciones y se conforma así en un elemento central el cual conduce lo que la persona realiza y hacia qué objetivos se dirige, seguidamente del 30% está en totalmente de acuerdo, mientras que el 20% opina estar en neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo) y 5% expresa estar totalmente en desacuerdo.

**Figura 75:**

*Podemos satisfacer las demandas a corto plazo sin comprometer nuestra visión a largo plazo.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** Según las opiniones de los colaboradores el 60% están en neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo) que satisfacen las necesidades a corto plazo sin poner en riesgo la visión a largo plazo, seguidamente el 25% está de acuerdo y el 15% opinan estar en de desacuerdo.

**Figura 76:**

*Creo nuevas ideas ante problemas difíciles.*

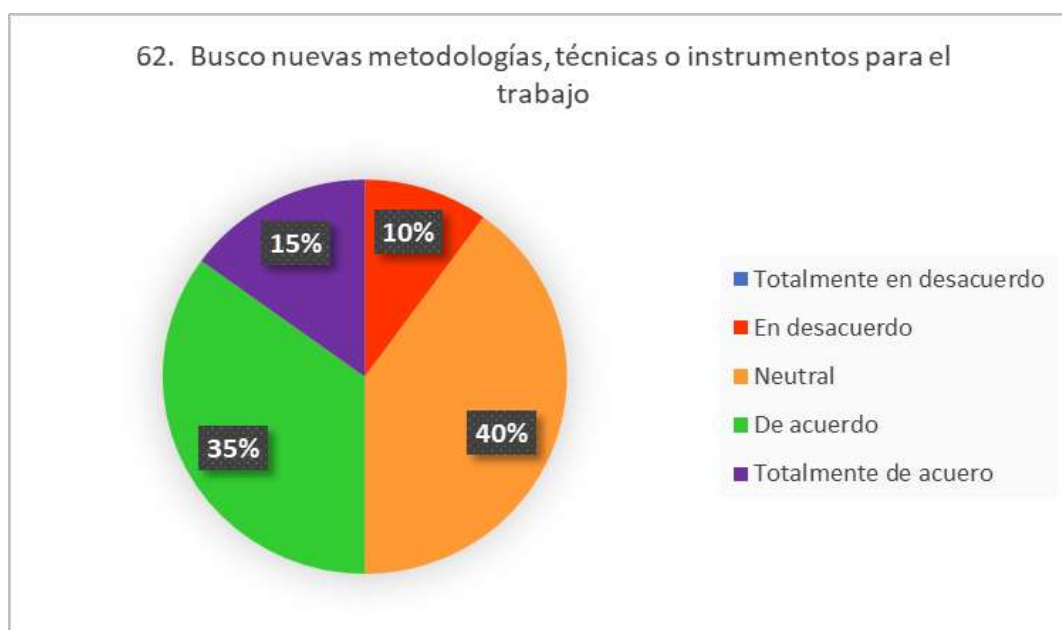


*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** El 50% de colaboradores que conforman la cooperativa Sumak Samy contestan neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo) correspondiente a la creación de ideas ante adversidades o problemas, 40% de acuerdo, 5% en desacuerdo y un 5% indica estar totalmente de acuerdo.

**Figura 77:**

*Busco nuevas metodologías, técnicas o instrumentos para el trabajo.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** Respecto a la siguiente pregunta el 40% responde neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo) referente a buscar nuevos instrumentos para su trabajo, un 35% de los colaboradores indica estar de acuerdo, 15% totalmente de acuerdo y el 10% manifiesta estar en desacuerdo.

**Figura 78:**

*Genero soluciones originales para problemas.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** El 35% de encuestados expresa estar de acuerdo en que son capaces de generar soluciones antes los diferentes problemas que se presenten, 35% neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo), 20% en desacuerdo y un 10% están totalmente de acuerdo.

**Figura 79:**

*Incentivo el apoyo para ideas innovadoras.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** El 65% de encuestados expresa estar de acuerdo en la organización les otorgue incentivos, 15%, está totalmente de acuerdo, el 10% neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo), y un 10% en desacuerdo.

**Figura 80:**

*Obtengo la aprobación de ideas innovadoras.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** Según los encuestados de la cooperativa Sumak Samy en 55% responden neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo) en relación a la aprobación de las diferentes ideas innovadoras generadas, el 15% de acuerdo, un 15% en desacuerdo y un 15% indica estar totalmente de acuerdo a la aprobación de estas ideas dentro de la organización.



**Figura 81:**

*Consigo que miembros importantes de la organización se entusiasmen por ideas innovadoras.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** El 45% de los colaboradores afirma estar de acuerdo en que los mismos se entusiasmen por adquirir o desarrollar ideas innovadoras, 40% neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo), 10% en desacuerdo y el 5% de colaboradores de la cooperativa Sumak Samy indica estar totalmente de acuerdo.

**Figura 82:**

*Transformo ideas innovadoras en prácticas útiles.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** Los colaboradores de la cooperativa Sumak Samy en un 60% responden neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo) respecto a la transformación de sus ideas innovadoras, 20% de acuerdo, un 15% de los colaboradores están totalmente de acuerdo y un 5% en desacuerdo.

**Figura 83:**

*Genero ideas innovadoras con regularidad.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** Según la encuesta a los colaboradores el 45% responde neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo en relación a la generación constante de ideas innovadoras, el 40% señala estar en desacuerdo, el 10% manifiesta estar de acuerdo y el 5% totalmente de acuerdo.

**Figura 84:**

*Evalúo la utilidad de ideas innovadoras.*



*Nota: Elaboración propia*

**Interpretación:** En esta grafica de puede observar que 60% de los colaboradores de la cooperativa Sumak Samy están de acuerdo evaluando sus ideas innovadoras, un 30% neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo), un 5% en desacuerdo y un 5% manifiesta estar totalmente de acuerdo.