



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

**CULTURA ORGANIZACIONAL Y COMPORTAMIENTO INNOVADOR EN LA
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO ANDINA LTDA CANTÓN
LATACUNGA**

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

Autoras:

Mayorga Paredes Erika Monserrath

Mendoza Bermeo Kenia Alexandra

Tutor:

Mg. Peñaloza Molina Hermes Yonel

LATACUNGA - ECUADOR

OCTUBRE 2024 - FEBRERO 2025

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

"Nosotras, Mayorga Paredes Erika Monserrath y Mendoza Bermeo Kenia Alexandra, declaramos ser las autoras del presente proyecto de investigación: " CULTURA ORGANIZACIONAL Y COMPORTAMIENTO INNOVADOR EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO ANDINA LTDA CANTÓN LATACUNGA", siendo el Mg. Hermes Yonel Peñaloza Molina tutor del presente trabajo; y eximimos expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

Latacunga, febrero del 2025.



Mayorga Paredes Erika Monserrath

C.C: 180484705-9



Mendoza Bermeo Kenia Alexandra

C.C: 055048557-7

AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

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

“CULTURA ORGANIZACIONAL Y COMPORTAMIENTO INNOVADOR EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO ANDINA LTDA CANTÓN LATAACUNGA”, de Mayorga Paredes Erika Monserrath y Mendoza Bermeo Kenia Alexandra, de la carrera de Administración de Empresas, considero que dicho Informe Investigativo es merecedor del aval de aprobación al cumplir las normas técnicas, traducción y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la pre-defensa.

Latacunga, febrero del 2025,



Peñaloza Molina Hermes Yonel

C.C: 1759368432

TUTOR


AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

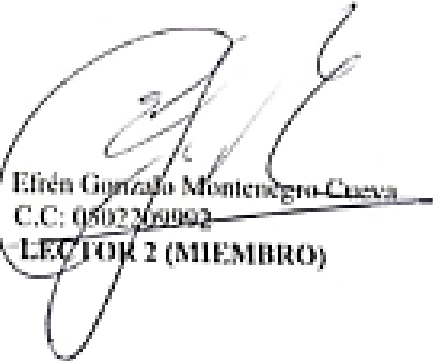
En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y, por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas; por cuanto, el / la / los postulantes: Mayorga Paredes Erika Monserrath y Mendoza Bermeo Kenia Alexandra, con el título del Proyecto de Investigación: "CULTURA ORGANIZACIONAL Y COMPORTAMIENTO INNOVADOR EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO ANDINA LTDA CANTÓN LATACUNGA", ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.


Por lo antes expuesto, se autoriza grabar los archivos correspondientes en un CD, según la normativa institucional.

Latacunga, febrero del 2025.

Para constancia firman:


Roberto Carlos Arias Figueroa
C.C. 0502123730
LECTOR 1 (PRESIDENTE)


Efrén Guzmán Montenegro-Cueva
C.C. 0502269902
LECTOR 2 (MIEMBRO)


Wilsap Fabian Travez Moreno
C.C. 0501854855
LECTOR 3 (MIEMBRO)

AGRADECIMIENTO

Con infinito amor agradezco a Dios, por ser mi guía, fuerza, fortaleza y bríndame entendimiento.

Con profunda gratitud a mis padres Raúl y Mariana por ser mi sostén para cumplir esta meta trazada, a mi hermana Karen, quien con su locura y amor es mi pequeño motor.

A mi mamá Marthita quien con cada una de sus palabras, enseñanzas, apoyo y amor incondicional a formado una mujer fuerte.

A mis ángeles del cielo, quienes me han dado aquella fortaleza que creía perdida, y a todas aquellas personas son parte fundamental de mi vida, gracias por acompañarme en esta aventura mi amor, gratitud y agradecimiento eterno con ustedes por darme siempre su tiempo y ánimos.

A mi amiga y colega de tesis por su apoyo incondicional en esta etapa, cada una de tus palabras estarán siempre presentes.

Seguiré trabajando arduamente, persiguiendo cada uno de mis sueños, con la determinación y resiliencia que me caracteriza, hoy este éxito es tan suyo como mío.

Monsita

Agradezco a Dios por ser el motor de mi vida, porque se ha encargado de ponerme en el camino a las personas correctas y ubicarme en los lugares oportunos.

Toda mi gratitud a mis amados padres por apoyarme de todas las maneras posibles su presencia en mi vida es mi motivo de seguir adelante.

Mis queridos amigos gracias por ser un soporte fundamental; por las risas, tristezas y distintas emociones de los momentos compartidos fuera y dentro del salón de clases de esta etapa universitaria.

Mi compañera de tesis estoy agradecida por haber compartido este destacable trabajo con una persona tan responsable e inteligente.

Gracias a mi asesor de tesis Yonel Peñaloza, no cabe duda que su guía, paciencia y conocimientos han sido fundamentales en este proceso.

Infinitas gracias a mis distinguidos lectores por sus directrices para enriquecer este trabajo, gracias a todos y cada uno de los docentes de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Agradezco a mi querida Alma Máter por abrirme las puertas y permitirme formarme en la carrera de Administración de Empresas.

Espero que este agradecimiento refleje mi respeto y aprecio por cada uno de ustedes.

Kenia

DEDICATORIA

Con el corazón llenito, esta tesis está dedicada a mi Dios por darme una nueva oportunidad de vida, a mis estrellas que desde el cielo han sabido guiarme, cuidarme y darme su bendición.

A mi familia, por ser apoyo a pesar de las adversidades, gracias a su amor y paciencia, hicieron que hoy pueda culminar esta etapa, que será la primera de muchas más. Gracias por creer en mí incluso cuando dudaba de mí misma, su sacrificio y perseverancia, ha sido aquel impulso para enfrentar los días que parecían inabarcables.

Finalizo con un los amo, ese el más sincero que mi corazón puede expresar; y esta dedicatoria es solo una pequeña muestra de mi eterno agradecimiento y amor para ustedes. Con cariño.

Monsita

Con mucho amor dedico este proyecto de investigación a Dios, quien me ha brindado fuerza, sabiduría y resiliencia en cada paso de este largo camino académico.

A mis queridos padres Freddys y Lourdes, por todo su apoyo y amor incondicional. A ti mamá quiero hacerte una mención especial, porque eres un ejemplo de perseverancia y sacrificios continuos, algún día quisiera ser una parte de la gran mujer que eres. A ti papá quiero atribuirte el carácter y el esfuerzo que haces por los que amas. Este logro es también de ustedes.

Mi amado abuelito Alberto te dedico este logro por ser un ángel que me acompaña en cada momento, sé que estás celebrando desde el cielo, te extraño tanto.

Cómo no dedicarles este triunfo, si siempre confiaron en mí y me apoyaron en todo momento; me enseñaron a afrontar las adversidades con determinación y disciplina. Me siento orgullosa de mis padres y de todo lo que hicieron para que esto sea posible se los recompensaré hasta el último momento. Los amo

Kenia

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

TITULO: “CULTURA ORGANIZACIONAL Y COMPORTAMIENTO INNOVADOR EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO ANDINA LTDA CANTÓN LATACUNGA”

Autoras:

Mayorga Paredes Erika Monserrath

Mendoza Bermeo Kenia Alexandra

Tutor: Mg. Peñaloza Molina Hermes Yonel

RESUMEN

La Cultura Organizacional entendida como el sistema de valores, creencias y comportamientos compartidos dentro de una organización, desempeña un papel crucial en el impulso de la innovación, especialmente en sectores donde la adaptabilidad es esencial, como las cooperativas de ahorro y crédito. Este estudio se realizó con el objetivo de analizar la relación entre la Cultura Organizacional y el Comportamiento Innovador en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andina Ltda, ubicada en el cantón Latacunga, adoptando un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental, correlacional y transversal. Se aplicó un cuestionario estructurado por 43 ítems destinados a recabar información sociodemográfica, a medir la Cultura Organizacional, así como el Comportamiento Innovador. La muestra estuvo compuesta por 150 trabajadores, seleccionados intencionalmente, priorizando la participación voluntaria, de una población total de 203 empleados, abarcando desde operarios hasta directivos. Los datos fueron analizados mediante estadística descriptiva, Análisis de Componentes Principales (ACP) y Análisis de Correspondencias. El ACP permitió estructurar variables que sintetizaron la información referente Cultura Organizacional y Comportamiento Innovador, mientras que el Análisis de Correspondencias reveló asociaciones entre las características demográficas y los niveles de percepción de los trabajadores respecto a estas variables. Así mismo, los resultados evidenciaron una correlación positiva, aunque moderada, entre ambas variables. Además, se detectaron patrones específicos que indicaron que ciertos grupos, dependiendo de su nivel académico, tiempo de servicio y área de trabajo, mostraron una mayor predisposición hacia la innovación. En este sentido, los trabajadores de las áreas de Tesorería y Gerencia General, mostraron una mayor predisposición al cambio, mientras que los de otras, como Secretaría, Revisoría y Cumplimiento TICs, requieren un fortalecimiento en sus prácticas innovadoras. Así mismo, los trabajadores con mayor nivel educativo, perciben la Cultura Organizacional de manera más positiva en comparación con aquellos con niveles educativos inferiores. Por otra parte, el género no mostró diferencias en la relación entre ambas variables.

Palabras clave: Cultura Organizacional, Comportamiento Innovador, cooperativa.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

FACULTY OF ADMINISTRATIVE AND ECONOMIC SCIENCES BUSINESS ADMINISTRATION CAREER

**THEME: “ORGANIZATIONAL CULTURE AND INNOVATIVE BEHAVIOR IN THE
ANDINA SAVINGS AND CREDIT COOPERATIVE LTDA CANTON LATACUNGA”**

Authors:

Mayorga Paredes Erika Monserrath
Mendoza Bermeo Kenia Alexandra

Tutor:

Mg. Peñaloza Molina Hermes Yonel

ABSTRACT

Organizational culture, defined as the system of values, beliefs and behaviors shared within an organization, plays a crucial role in driving innovation, especially in areas where adaptability is essential, such as savings and credit cooperatives. This study was developed with the objective of analyzing the relationship between Organizational Culture and Innovative Behavior in at Cooperativa de Ahorro y Crédito Andina Ltda, located in Latacunga canton, adopting a quantitative approach with a non-experimental, correlational and cross-sectional design. A questionnaire structured by 43 items was applied to collect sociodemographic information, to measure the Organizational Culture, as well as the Innovative Behavior. The sample consisted of 150 workers, selected intentionally, giving priority to voluntary participation, from a total population of 203 employees, ranging from operators to managers. The data were analyzed using descriptive statistics, Principal Component Analysis (PCA) and Correspondence Analysis. The PCA allowed structuring variables that synthesized the information regarding Organizational Culture and Innovative Behavior, while the Correspondence Analysis revealed associations between the demographic characteristics and the levels of perception of workers with respect to these variables. At the same time, the results showed a positive, although moderate, correlation between the two variables. In addition, specific patterns were detected that showed that certain groups, depending on their academic level, length of service and area of work, showed a greater predisposition towards innovation. Taking into account this aspect, workers in the Treasury and General Management areas showed a greater predisposition to change, while those in other areas, such as the Secretary's Office, Auditing and ICT Compliance, required a strengthening of their innovative practices. Moreover, workers with higher levels of education perceive the Organizational Culture more positively compared to those with lower levels of education. On the other hand, gender did not show significant differences in the relationship between the two variables.

Keywords: Organizational Culture, Innovative Behavior, cooperative.

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 COMPORTAMIENTO INNOVADOR EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO ANDINA LTDA CANTÓN LATACUNGA"** presentado por: **Mayorga Paredes Erika Monserrath y Mendoza Bermeo Kenia Alexandra**, 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.

Es 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, febrero del 2025

Atentamente,



Santiago Gabriel Ramón Amores
DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC
CI: 050356882-6



ÍNDICE

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	iii
AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT	x
AVAL DE TRADUCCIÓN.....	xi
ÍNDICE ILUSTRACIONES	xiii
PLAN DE INVESTIGACIÓN (PROYECTO)	1
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1 Justificación	3
3. MARCO TEORICO	15
3.1 Cultura Organizacional	15
3.1.1 Origen de la cultura organizacional	18
3.1.10 Modelos de la cultura organizacional.....	34
3.2.1 Origen del comportamiento innovador	38
3.2.2 Objetivo del comportamiento innovador	39
3.2.5 Clasificación del comportamiento innovador	42
3.2.6 Importancia del comportamiento innovador	43
3.2.7 Beneficios del Comportamiento Innovador	45
3.2.8 Dimensión del Comportamiento Innovador	45
4. METODOLOGÍA	51
4.1 Enfoque de la Investigación.....	51
4.2 Diseño de la Investigación.....	51
4.3 Población de la investigación.....	52
4.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	52
4.6 Validez del instrumento	55
4.7 Prueba de confiabilidad	57
5. RESULTADOS	58
5.1 Resultados Obtenidos de la Información Sociodemográfica de los Participantes	58
5.2 Análisis sobre los datos Sociodemográficos más relevantes.....	62
5.3 Resultados descriptivos y percepción obtenida de las variables.....	65
5.3.1. Cultura organizacional.....	65
5.3.2. Comportamiento Innovador	66
5.4 Correlación entre variables Cultura Organizacional y Comportamiento Innovador	68
5.10 Correlación entre Unión de la Organización y Comunicación de Ideas	73

5.12 Correlación entre Unión de la Organización e Involucrar a Otros.....	73
5.13 Correlación entre Unión de la Organización y Superar Obstáculos.....	73
5.14 Análisis de Componentes Principales	74
6. DISCUSIÓN.....	81
8. CONCLUSIONES	86
10. BIBLIOGRAFÍA.....	89
11. ANEXOS	100

ÍNDICE TABLAS

Tabla 1.....	19
Tabla 2.....	23
Tabla 3.....	34
Tabla 4.....	40
Tabla 5.....	46
Tabla 6.....	53
Tabla 7.....	57
Tabla 8.....	58
Tabla 9.....	63
Tabla 10.....	64
Tabla 11.....	65
Tabla 12.....	67
Tabla 13.....	68
Tabla 14.....	69
Tabla 15.....	70
Tabla 16.....	71
Tabla 17.....	75
Tabla 18.....	75
Tabla 19.....	76
Tabla 20.....	77
Tabla 21.....	77
Tabla 22.....	83

ÍNDICE ILUSTRACIONES

Ilustración 1.....	33
Ilustración 2.....	42
Ilustración 3.....	66
Ilustración 4.....	67
Ilustración 5.....	79
Ilustración 6.....	81

PLAN DE INVESTIGACIÓN (PROYECTO)

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

INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto:

Cultura organizacional y comportamiento innovador en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andina Ltda cantón Latacunga.

Fecha de inicio: octubre 2024.

Fecha de finalización: febrero 2025.

Lugar de ejecución:

Avenida Napo entre Luis Fernando Vivero y Guayaquil, Barrio San Sebastián, Parroquia Juan Montalvo, Cantón Latacunga, Provincia de Cotopaxi zona 3.

Facultad que auspicia:

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas (FCAYE).

Carrera que auspicia:

Administración de Empresas.

Proyecto de investigación generativo vinculado (si corresponde): Ninguno

Equipo de Trabajo:

Kenia Alexandra Mendoza Bermeo C.I: 055048557-7

Erika Monserrath Mayorga Paredes C.I: 180484705-9

Hermes Yonel Peñaloza Molina C.I: 175936843-2

Área de Conocimiento:

Finanzas, Administración de Operaciones, Gestión Estratégica, Economía.

Línea de investigación:

Administración y Economía para el Desarrollo Humano y Social.

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

Gestión e innovación empresarial

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Justificación

La Cultura Organizacional es el sistema de valores, creencias y comportamientos compartidos que existen en el interior de una organización y que tiene un papel determinante en el impulso de la innovación, aunque, particularmente, en aquellos sectores donde la adaptabilidad es fundamental, tal y como ocurre en las cooperativas de ahorro y crédito (Cameron & Quinn, 2020), organizaciones que experimentan situaciones y desafíos totalmente distintos a los de otras organizaciones en relación a la sostenibilidad y a la competitividad que explica la necesidad de fomentar un clima laboral que fomente el comportamiento.

Sin embargo, en el contexto de las cooperativas de ahorro y crédito surgieron problemáticas, relacionadas con la resistencia al cambio, con la dificultad en la implementación de las nuevas estrategias y los nuevos procesos que fomenten la creatividad y la mejora continua; las limitaciones encontradas en la adecuada integración de la cultura organizacional y el comportamiento innovador (González-Cruz & Martínez-Jiménez, 2021).

Dicha resistencia se exagera por causa de estructuras organizativas inflexibles y la falta de incentivos para la innovación, la falta de correspondencia de la promoción de la innovación con los valores de la organización representa unas de las barreras que afectan a la competitividad y sostenibilidad de las cooperativas (Lozano, 2022). Diversas entidades enfrentan dificultades para atraer y retener talento con competencias innovadoras, lo que disminuye su capacidad de adaptarse a los cambios del mercado financiero y sus necesidades (Martínez-Conesa et al., 2023) al mismo tiempo que la falta de una cultura de la experimentación y del aprendizaje continuo impide a los

miembros sentirse motivados a generar y poner en práctica nuevas ideas, por lo cual se hace necesario examinar la relación entre la cultura organizacional y el comportamiento innovador dentro de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andina Ltda en el cantón Latacunga.

Este estudio tiene como finalidad la de identificar los factores que limitan la innovación en la cooperativa y, tras detectarlos, proponer las líneas de actuación necesarias para crear un entorno organizacional más activo y adaptable. Tener claro el modo en que interactúan estas variables permitirá definir acciones que recompongan la cohesión interna, mejoren la participación activa de los miembros y faciliten un cambio cultural que promueva la sostenibilidad organizacional.

El impacto de esta investigación será muy importante, dado que ofrecerá evidencia empírica acerca de la importancia de la Cultura Organizacional en el desarrollo de un comportamiento innovador en el sector cooperativo. Los hallazgos nos permitirán formular estrategias que favorezcan la competitividad y sostenibilidad de la cooperativa.

1.2 Planteamiento del problema

La investigación actual intenta determinar el vínculo entre la Cultura Organizacional y el Comportamiento Innovador en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andina Ltda., ubicada en el cantón de Latacunga. A pesar de la creciente importancia de la innovación para el sector cooperativo, se aprecia una carencia de estrategias que devengan en una Cultura Organizacional que favorezca la innovación continua y la cohesión de la cadena de ahorro, que dicha Cultura Organizacional favorezca la innovación continua y la cohesión del grupo, esto crea serias limitaciones en la capacidad de la cooperativa para adaptarse a un entorno cambiante y, ello afecta su competitividad y la posibilidad de generar valor económico y social largo plazo. Este trabajo de investigación tiene como intención explorar la relación de la Cultura Organizacional con el comportamiento innovador en la cooperativa para tratar de identificar áreas de

mejora que potencien el funcionamiento interno de la cooperativa y el impacto que la misma tiene en la sociedad.

La cultura organizacional enfatiza su objetividad en aquellas prácticas que actualmente rigen en la entidad moderna, de manera que los colaboradores puedan comprometerse con la empresa y obtener resultados positivos. Bajo un contexto macro en el Ecuador, y de acuerdo a las nuevas tendencias innovadoras, las empresas exigen un comportamiento renovador que esté relacionado con la cultura organizacional. Al respecto, Arguello (2012), citado en Paredes (2014), afirma:

En Alpina desarrollaron una estrategia que se basa en el desafío de fortalecer una Cultura Organizacional basados en cuatro atributos: el emprendimiento, la confianza, la pasión y la innovación. El compromiso con su objetivo y la labor diaria que realizan son los factores que impulsarán a alcanzar su éxito alineado conjuntamente los objetivos individuales con la estrategia corporativa. (p. 03)

Conforme al propio autor, la táctica propuesta por Alpina orientada a fortalecer su Cultura Organizacional a través de atributos tales como el emprendimiento, la confianza, la pasión y la innovación, como característica del estilo de este autor, plasma el auténtico conocimiento de los motores fundamentales de la propia empresa. Todo lo mencionado tiende a no solo generar un clima firme y proactivo, sino que viene a ser al final el alineamiento de la estrategia de la empresa con los objetivos de las personas que las componen, lo cual resulta muy importante para que exista la alineación y el compromiso a largo plazo. De este modo, centrándose en esos valores, Alpina viene a edificar las bases de un sistema resistente, adaptable al entorno empresarial, como el actual, de modo que contribuya a garantizar que la empresa Alpina continúe siendo competitiva y éxito sostenido.

Centrándose en el mismo contexto, Robles (2016) menciona que, en la Empresa Pública de Parques Urbanos y Espacios Públicos de la provincia del Guayas, el “Comportamiento Innovador

conlleva a la competitividad, y por lo tanto a tener éxito empresarial, generando nuevas o rediseñadas formas de comercializar los servicios, y en general la satisfacción del cliente con las actividades de innovación” (p. 80)

Al adoptar un enfoque innovador, la empresa puede no solo mantener su relevancia en un entorno competitivo, sino también diferenciarse mediante la creación o rediseño de servicios que respondan de manera más eficaz a las necesidades y expectativas de los usuarios, teniendo así una estrategia integral que asegura un impacto positivo en la calidad de vida de los ciudadanos y en la sostenibilidad a largo plazo de los servicios ofrecidos.

En la provincia de Cotopaxi el Comportamiento Innovador está ligado a planes estratégicos como pilar fundamental en las asociaciones de economía popular y solidaria. Jiménez y Cejas (2023) afirman que la innovación inmersa en procesos y en sistemas de gestión aparecen en una posición secundaria, por lo tanto, es necesario buscar o modificar las estrategias de Comportamiento Innovador con el fin de mejorar la competitividad de las asociaciones de la Economía Popular y Solidaria en la provincia de Cotopaxi.

Para superar este desafío, es esencial reorientar y fortalecer las estrategias de Comportamiento Innovador, enfocándose no solo en el desarrollo de nuevos productos o servicios, sino también en la transformación de los procesos y sistemas de gestión internos.

En otro ámbito, la Cultura Organizacional fue el factor que se destacó como el que más incidió en las actividades que fueron ejecutándose en la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Antonio de Toacaso en el periodo 2022-2023 (Cóndor y Almache, 2023). En este sentido los autores manifiestan que:

La Cultura Organizacional ejerce un papel determinante en el Comportamiento Organizacional, ya que afecta directamente a los empleados. Por otra parte, el propio hecho de

considerar la cultura de la empresa afecta la manera de actuar de las personas que trabajan dentro de la misma. Adicionalmente, si la Cultura Organizacional está bien definida, se establecen objetivos elevados, se marcan tendencias y se hace posible un lugar inspirador donde la empresa valora e impulsa nuevas ideas. (p. 02)

Una Cultura Organizacional (CO) bien definida y positiva influye directamente sobre las personas de la organización y la actitud que asumen hacia su trabajo, así como el grado de compromiso y motivación que pueden alcanzar, y la creatividad que despliegan. Esto cobra especial contexto en entornos donde se hacen emergentes y se facilita el flujo de ideas, es decir, de un lugar donde la coherencia y la innovación se estimulan, lo que conduciría a que la Cultura Organizacional la convierta en una organización líder en su sector.

En este sentido, en la ciudad de Latacunga, es perceptible la necesidad de llevar a cabo la implementación de un sistema de Comportamiento Innovador en las entidades financieras; como lo apunta Sáenz (2024) en lo referido a la Cooperativa de Ahorro y Crédito CACPECO Ltda.:

El Comportamiento Innovador ocupa una posición de privilegio en lo que respecta al entorno social institucional por cuanto el mismo estimula el avance y mejora la calidad de la innovación a la vez que refuerza la eficiencia interna y la competitividad, y produce resultados que poseen una notable y evidente preponderancia social. (p. 63).

La innovación en el ámbito financiero, al fomentar la evolución, permite la creación de soluciones que dan respuesta a complejos problemas y a su vez, permiten el desarrollo de nuevos servicios y productos que pueden ser ofrecidos y que benefician a la gente. El Comportamiento Innovador es un motor de cambio que conlleva la mejora de la posición de las organizaciones y el bien social. La Cultura Organizacional y el Comportamiento Innovador son contribuyentes de rigor vital para las empresas.

1.3. Pregunta de investigación

En consideración a lo anteriormente descrito se plantea la siguiente pregunta de investigación a resolver:

¿Existe una relación entre Cultura Organizacional y Comportamiento Innovador en los trabajadores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andina Ltda. cantón Latacunga?

1.4 Objetivo General

- Analizar la relación entre la Cultura Organizacional y el Comportamiento Innovador en los trabajadores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andina Ltda., considerando factores sociodemográficos y organizacionales.

1.5 Objetivos Específicos

- Examinar la correlación entre Cultura Organizacional y Comportamiento Innovador.
- Comparar las percepciones de Cultura Organizacional y Comportamiento Innovador de los trabajadores caracterizados por sus condiciones sociodemográficas y organizacionales.
- Proponer estrategias para el fortalecimiento de la relación entre la Cultura Organizacional y Comportamiento Innovador en los trabajadores de la entidad financiera.

1.6 Beneficiarios del proyecto

Está orientado al beneficio de manera directa e indirecta a la comunidad que conforma la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andina Ltda. cantón Latacunga, de manera que la Cultura Organizacional y el Comportamiento Innovador impulsen mejores prácticas en la entidad, es decir, una introspección de los procesos internos, sin olvidar el entorno o el impacto que pueda generar el mismo.

1.7 Beneficiarios directos

El proyecto tiene como alcance manipular las variables CO y CI a los colaboradores de la entidad desde la alta dirección hasta la operativa, en el caso de las 150 personas que aportarán con información clave para el desarrollo de la investigación.

1.8 Beneficiarios indirectos

El proyecto tiene como beneficiarios indirectos a los clientes, proveedores, competencia y la sociedad en general que se encuentre vinculada con la entidad, mismos que son actores fundamentales para el crecimiento y desarrollo de la institución, tomando en consideración a sus socios la cooperativa cuenta con aproximadamente 20000 socios en continuo crecimiento.

Tabla 1

Cuadro de Beneficiarios

Beneficiarios	Cantidad
Directos	150
Indirectos	20 000

Nota. Datos tomados de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andina Ltda (2024)

2. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

2.1 Antecedentes

En el presente apartado se consideran investigaciones en relación al tema de investigación en diferentes niveles: macro (Mundial), meso (Latinoamérica) y micro (Ecuador).

En primera instancia desde un enfoque mundial, en Turquía los autores (Eskiler et al,2016) proponen un estudio titulado “La relación entre Cultura Organizacional y Comportamiento Innovador para servicios deportivos en empresas turísticas”. El propósito de esta investigación fue determinar la relación entre la Cultura Organizacional y el comportamiento laboral innovador (IWB) en empresas turísticas que ofrecían servicios relacionados con deportes. Dado que la IWB resultaba fundamental para estas empresas, explorar los factores que influyen en la PDI podría ser beneficioso. El análisis de correlación mostró que la IWB estaba significativamente correlacionada con la cooperación ($r = 0,442$, $p < 0,05$), la innovación ($r = 0,510$, $p < 0,05$), la consistencia ($r = 0,522$, $p < 0,05$) y la efectividad ($r = 0,554$, $p < 0,05$). Además, el análisis de regresión por pasos, realizado para determinar si la Cultura Organizacional predecía la PDI, reveló un modelo significativo: $F(2-131) = 33.775$, $p < 0,05$. El modelo explicaba el 33% de la variación en IWB (R^2 ajustado = 0,33).

En veracidad con los resultados se puede demostrar que la Cultura Organizacional fue clave para fomentar el comportamiento laboral innovador en empresas turísticas, al estar significativamente relacionada con factores como la cooperación y la efectividad. Una Cultura Organizacional sólida no solo promovió un ambiente favorable para la innovación, sino que también predijo comportamientos innovadores, lo que es esencial para el éxito y la competitividad en el sector.

Por otra parte, los autores Lukes & Stephan (2017) hicieron un estudio con la finalidad elaborar un modelo de Comportamiento Innovador en los empleados, conceptualizando como un

fenómeno diferente a los resultados de la innovación y considerándolo como un comportamiento multifacético en lugar de una simple enumeración de "actos innovadores" realizados por los empleados, a través de una metodología que consiste en dos estudios piloto, un tercer estudio de validación en la República Checa y un cuarto estudio de validación transcultural utilizando muestras representativas de la población de Suiza, Alemania, Italia y la República Checa (n = 2.812 empleados y 450 empresarios), donde ambas variables demostraron ser confiables y presentaron validez factorial, de criterio, convergente y discriminante.

La investigación revisa y desarrolla escalas de medición del comportamiento innovador y el apoyo a la innovación en diferentes culturas, proponiendo un modelo que conceptualiza el Comportamiento Innovador de los empleados como un fenómeno complejo y distinto de los resultados de la innovación. A través de una metodología rigurosa que incluye estudios piloto y validaciones en varios países europeos, los resultados muestran que tanto la cultura organizacional como el Comportamiento Innovador son variables confiables y válidas en términos factoriales, de criterio, convergentes y discriminantes. Estos hallazgos subrayan la importancia de un enfoque multidimensional para entender y fomentar la innovación en diversos contextos de cultura en las organizaciones.

En cuanto al nivel latinoamericano, en Perú se puede destacar el siguiente estudio realizado por (Romero, 2022) titulado "Habilidades s innovadoras y cultura organizacional en la empresa Professionals On Line SAC, Lima 2022, mismo que indica como propósito identificar la relación entre las habilidades innovadoras y la Cultura Organizacional de la empresa. La investigación fue descriptiva, con un enfoque cuantitativo, un nivel correlacional y un diseño no experimental. La muestra incluyó a 31 empleados de la empresa, y se utilizó la encuesta como técnica de recolección de datos. La validez del instrumento se aseguró mediante el juicio de tres expertos. Los resultados

indicaron una relación directa entre las habilidades innovadoras y la Cultura Organizacional, con un coeficiente de correlación de Spearman de 0,786 y una confiabilidad del 95%.

En concordancia con el autor, se enfatiza la importancia de entender la relación entre las habilidades innovadoras y la Cultura Organizacional, demostrando que una cultura organizacional bien establecida está fuertemente asociada con el desarrollo de habilidades innovadoras en los empleados, las cifras animan la necesidad de integrar y alinear la cultura organizacional con objetivos de innovación para maximizar el potencial innovador de los empleados.

Además (Salas et al, 2017), refieren en su estudio “Efecto de la Cultura Organizacional en el rendimiento innovador de las PYMES de Cali”, mismo que tiene como objetivo determinar el impacto de las culturas tipo clan, adhocrática, de mercado y jerárquica en el rendimiento innovador de las pymes del sector manufacturero y de alta tecnología en Cali, Colombia. Se aplicaron instrumentos a 7,376 pymes, de las cuales el 80% eran pequeñas empresas y el 20% medianas. Aunque se rechazó la hipótesis H1, el valor R de los modelos se estimó entre 0.008 y

0.05. Los investigadores justifican que la cultura tipo clan tiene un efecto positivo en el rendimiento innovador de la empresa.

En este estudio se puede resaltar la intencionalidad de crear o proponer un entorno colaborativo y cohesivo para impulsar la innovación. Este análisis enfatiza la necesidad de que las empresas adopten una cultura organizacional que favorezca la innovación, especialmente en sectores altamente competitivos como la manufactura y la alta tecnología.

Referente al contexto nacional, las investigaciones realizadas en Guayaquil por el autor (Freire, 2015), titulada “La Cultura Organizacional y su influencia en el Comportamiento Innovador del Hospital General II-de Libertad”, el objetivo de la investigación fue identificar la relación entre la Cultura Organizacional y el Comportamiento Innovador en el Hospital General II de

Libertad. Los resultados obtenidos, respaldados por datos del SPSS que confirman la validez del análisis, demuestran el potencial para desarrollar un modelo de Cultura

Organizacional dentro del hospital. Esto se debe al interés en crear un entorno de trabajo que favorezca la innovación y mejore el desempeño general de la institución.

Se puede interpretar de acuerdo a lo expuesto por el autor que, una Cultura Organizacional adecuada no solo facilita un ambiente de trabajo positivo, sino que también impulsa el comportamiento innovador, lo cual es crucial para mejorar la eficiencia y la calidad de los servicios en el hospital. La implementación de un modelo cultural que apoye la innovación puede conducir a un desempeño más efectivo y a una mejor adaptación a los desafíos del sector de la salud.

Finalmente, de acuerdo al enfoque nacional, en la ciudad de Latacunga, se realizó una investigación por parte de (Cofre & Tandalla, 2023), denominado bajo el tema “Cultura

Organizacional y su influencia en el Comportamiento Innovador en el sector financiero” el objetivo de esta investigación fue identificar la relación entre la Cultura Organizacional y el Comportamiento Innovador en el sector financiero. Se empleó un enfoque cuantitativo con métodos de investigación exploratoria, descriptiva, bibliográfica y correlacional. La muestra fue conformada por 20 personas colaboradoras de la cooperativa Sumak Samy, quienes respondieron a una encuesta para recopilar datos. Se utilizaron dos cuestionarios: el de Denison (1990) para medir la Cultura Organizacional y el cuestionario de Janssen (2000) para el

Comportamiento Innovador. La confiabilidad de los instrumentos se estudió a través del alfa de Cronbach obtenido, ya que se obtuvo un alfa de 0.73 para la Cultura Organizacional y de 0.69 para el Comportamiento Innovador, logrando una consistencia interna aceptable para las dos variables.

Los resultados de la investigación muestran una buena consistencia interna en las medidas de ambas variables. A partir del cuestionario validado de Denison, y del de Janssen y

Van de Vliert, el trabajo presenta un enfoque riguroso para analizar el impacto de la Cultura Organizacional en el Comportamiento Innovador. Asimismo, enfatiza que una Cultura Organizacional adecuada puede favorecer el Comportamiento Innovador, que es importante para la adaptación y el éxito en el entorno financiero, resaltando que la tradición del enfoque de la Cultura Organizacional podría ayudar a impulsar el Comportamiento Innovador para mejorar el rendimiento y la competitividad dentro del contexto financiero.

3. MARCO TEORICO

3.1 Cultura Organizacional

La Cultura Organizacional juega un papel importante en el desarrollo, la productividad de las personas de la organización. La Cultura Organizacional está compuesta por un conjunto de valores, creencias y conocimientos que son compartidos por los miembros de la organización, proveyendo maneras de pensar, sentir y actuar que van a influir sobre la decisión y sobre el trabajo que desarrollan los miembros de esta organización. Las organizaciones competitivas y exitosas tienen culturas organizacionales fuertes, que atraen, retienen y premian a las personas que desempeñan roles y que alcanzan metas. Parte del papel de la alta dirección es definir la cultura que, con su carga, influye considerablemente en la filosofía de la organización y en el estilo de la dirección. (Kast, 2003, p. 135)

Este elemento en el contexto de las organizaciones da lugar a determinantes del éxito y de la sostenibilidad, en especial si nos situamos en el ámbito de las instituciones financieras donde la estabilidad y la confianza son fundamentales. Esta cultura no solo contribuye a la determinación del comportamiento y de las decisiones de los miembros de la organización, sino que también elabora un entorno cohesionado que favorece la eficiencia y la innovación.

En el contexto del sector financiero, una Cultura Organizacional sólida asegura que los valores compartidos y las prácticas compartidas apoyan la integridad, el cumplimiento de los objetivos y la lealtad de los trabajadores. La capacidad de la alta dirección para modelar esta cultura se traduce en el modo en que sus miembros operan en cuanto a la capacidad de la organización de tener la adaptabilidad a condiciones normativas, a controlar y gestionar riesgos y a conseguir mantener la competitividad en un entorno con muy alta dinamicidad. Las entidades son identitarias

y esta identidad es traducida por una Cultura Organizacional atada a los comportamientos y las actuaciones del personal. (Stephen, 2009)

La Cultura Organizacional puede ser percibida como un registro histórico de los éxitos y fracasos que obtiene la institución desde su inicio y durante su desarrollo, a través de los cuales puede tomarse la decisión de omitir o crear algún tipo de comportamiento favorable o desfavorable para el crecimiento de la organización. (pág. 556)

En consideración al autor la Cultura Organizacional realiza una introspección de todos los procesos, este historial colectivo no solo define la identidad de la organización, sino que también actúa como una guía para futuras decisiones estratégicas. La capacidad de aprender de los éxitos y errores del pasado permite a la institución ajustar su comportamiento y su enfoque, eliminando prácticas perjudiciales y promoviendo aquellas que favorezcan el crecimiento. En este sentido, la Cultura Organizacional no es estática, sino que evoluciona en respuesta a las experiencias acumuladas, moldeando la trayectoria y el éxito de la organización a largo plazo.

En otras palabras, a lo largo de los años la Cultura Organizacional es entendida como un constructo intangible, ya que no es algo que se pueda ver o tocar, pero está presente y constituye un sistema de mediación significativo. Al igual que el aire en una habitación, rodea e influye en todo lo que sucede dentro de una organización. Como un concepto dinámico basado en sistemas, la cultura también se ve impactada por casi todo lo que ocurre en la organización. (Yopan, Plamero, & Santos, 2020, pág. 266)

Se considera una potencialidad del sistema de mediación que influye en las acciones y decisiones de la organización. Este constructo dinámico actúa como guía del comportamiento y de los valores, a la vez que también es moldeado por los acontecimientos y cambios que tiene la institución. En este orden de cosas, la Cultura Organizacional sería una forma de influencia de un

contexto a otro y al mismo tiempo un producto del propio contexto, constituyendo una fuerza determinante y un motor de desarrollo y de cohesión.

Es importante resaltar que la Cultura Organizacional se encuentra constituida por el entorno que esté integrado en la organización, que sea mucho más que ideología, identidad corporativa o métodos de gestión; es un fenómeno cultural mucho más importante y rico que involucra a los públicos, tanto internos como externos, dada su construcción social. El rendimiento, individual o colectivo, y las percepciones y opiniones que los públicos tienen sobre la organización no pueden explicarse sino mediante la cultura empresarial fundamentada en una diversidad de prácticas de producción simbólica. (Mena, 2019, p. 10)

La cultura no es algo interno, sino que se crea en y a través de la interacción de la organización con su entorno, con su público, y tiene incidencia en el comportamiento y responsabilidades individuales y colectivos y también en la forma que tienen las personas de ver la empresa. A su vez, se pone de manifiesto el papel de los símbolos y prácticas que sirven para construir la identidad de la organización. En otras palabras: se ofrece una visión de la cultura empresarial como la reflexión de una misma realidad que afecta a la empresa desde todos los ángulos.

Las organizaciones actuales necesitan tener control de sus actividades no solamente en términos económicos sino también de identidad cultural, es decir, un equilibrio interno y externo de sus actividades, con la intención de garantizar su permanencia en el mercado. “La CO contribuye a la sostenibilidad de las empresas en el tiempo en la medida en que refuerza el sentido de pertenencia” (Alvarado & Monroy del Castillo, 2013, pág. 264)

Es un efecto inminente que los colaboradores se sienten identificados con los valores, creencias y prácticas de la organización, desarrollan un mayor compromiso y lealtad hacia ella, lo

que contribuye a la estabilidad y continuidad del negocio. Esta cohesión interna, impulsada por una Cultura Organizacional sólida, no solo mejora la retención de talento, sino que también potencia el rendimiento colectivo.

3.1.1 Origen de la cultura organizacional

La Cultura Organizacional tiene sus orígenes en los años 50's, cuando los investigadores comenzaron a reconocer la relevancia de los valores y normas compartidas en el ámbito administrativo de las organizaciones. Uno de los pioneros en esta área fue el psicólogo social Kurt Lewin, quien formuló la teoría del campo de fuerza, destacando la incidencia del entorno social en el comportamiento humano.

De acuerdo con datos históricos retomados por los autores (Cújar, Ramos, Hernández, & López, 2013, pág. 01) en su artículo detallan el hito transversal de la Cultura Organizacional, como lo expone la siguiente tabla, la Cultura Organizacional ha evolucionado a tal punto que renuncia a ser un concepto simbólico para convertirse en una ventaja competitiva clave para las organizaciones, especialmente en las cooperativas que es el objetivo de estudio. Al promover la cohesión, la productividad y la innovación, esta Cultura Organizacional se ha consolidado como un sistema único y complejo que influye en la adaptación, el Comportamiento Organizacional y el éxito sostenido de la empresa, siendo difícil de replicar por su singularidad.

Tabla 1*Origen de la Cultura Organizacional a lo Largo de los Años*

Origen de la cultura organizacional a lo largo de los años		
Año	Concepto	Autor
1970	El conjunto de significados que son aceptados y compartidos colectivamente por un grupo específico en un momento determinado.	Pettigrew (1979, pág. 574)
1980	Se introduce el término “simbolismo organizacional”, alude que la cultura organizacional se entenderá mejor al examinar detalladamente los aspectos internos de una organización.	Mitroff y Joyce (1980, pág. 198)
1981	Un conjunto de creencias y expectativas compartidas por los miembros de la organización, que generan normas que influyen significativamente en el comportamiento de los individuos y los grupos dentro de la organización.	Schwartz y Davis (1981, pág. 33)
1983	El conjunto de supuestos fundamentales que un grupo ha creado o descubierto para resolver sus problemas de adaptación e integración, los cuales han demostrado ser efectivos y se enseñan a nuevos miembros como la forma adecuada de percibir, pensar y sentir sobre estos problemas.	Schein (1983, pág. 14)
1986	Años más tarde este fenómeno adopta las mismas ideas de Schwartz y Davis, pero con la diferencia de que esta se transforma en una ventaja competitiva.	Barney (1986, pág. 488)

1996	El significado se define a través de la socialización de diversos grupos identificables que se reúnen en el lugar de trabajo.	Denisson (1996, pág. 624)
2002	Estas manifestaciones culturales crean patrones de significado que pueden mantener a la organización en armonía, provocar conflictos entre grupos, e incluso generar relaciones de ambigüedad, paradoja y contradicción.	Martin (2002)
2007	La cultura organizacional es el factor distintivo clave para las empresas sostenibles, debido a su complejidad, unicidad y aspectos menos evidentes, lo que la hace difícil de replicar o imitar.	Azevedo (2007) citado por Leite (2009, pág. 457)
2008	La Cultura Organizacional juega un papel crucial en mejorar la competitividad y productividad de la empresa al valorar las habilidades intelectuales, el trabajo y el intercambio de ideas entre los grupos. Fomentar este intercambio promueve un ambiente de compañerismo y compromiso, lo que favorece la eficiencia y el nivel de producción.	Soria (2008, pág. 45)

3.1.2 Objetivo de la cultura organizacional

En relación a uno de los objetivos de la Cultura Organizacional de acuerdo con (Palafox, Jiménez, & Jacobo, 2019, pág. 202) se refiere, lograr un aprendizaje más efectivo que facilite la resolución de situaciones problemáticas dentro de la organización. Sin embargo (Rodríguez, 2015,

pág. 72), propone que la finalidad de la Cultura Organizacional es integrar a los miembros mediante un conjunto de sistemas de gestión del personal, que se centra en el adoctrinamiento, el discurso de identificación, y un sistema de recompensas y sanciones, con la intención de mantener una cultura ideal alineada con la estrategia organizacional.

Se puede establecer acuerdo en que el objetivo principal de la Cultura Organizacional pretende alcanzar un conjunto de valores, creencias y normas compartidas, que consolida la forma de actuación de los miembros de la organización, y los apoya en un marco de integración interna en consonancia con aquellas acciones estratégicas y objetivos organizacionales. De ese modo, dado que la Cultura Organizacional integra y une el esfuerzo de los trabajadores, favorece a la vez marcar un desarrollo de las decisiones dentro de la misma; favorece el sentido de pertenencia y también actúa como ventaja competitiva sostenible al ayudar a la organización a reforzar su sentido de identidad y el involucramiento de los trabajadores.

3.1.3 Teorías de la cultura organizacional

A lo largo de la historia se evidencia un cambio adaptativo en el entorno de la Cultura Organizacional, pero es importante destacar varios escenarios percibidos por las empresas.

Los primeros pensamientos y postulados sobre la Cultura Organizacional eran sustraídos por el sistema de la organización, sin posibilidad de expandir acciones propias de los colaboradores. Para (Llanos & Bell, 2018, pág. 18) las emociones que sustentan las creencias e ideas en las organizaciones informales suelen ser factores sumamente influyentes en el comportamiento visible, de lo contrario se continua el curso efectuado.

Se puede apreciar que (Gutiérrez, 2016, pág. 123) refiere a la cultura organizacional como influyente en el comportamiento de los miembros de la organización; se transmite a lo largo del tiempo y se ajusta a los cambios del exterior. Estos primeros acercamientos a la Cultura

Organizacional encaminan las brechas a una de las teorías más importantes y transformadoras dentro de la Administración; la Teoría de las Relaciones Humanas, de manera que (Sandoval, 2015, pág. 33), interpreta de acuerdo con los postulados del psicólogo Elton Mayo, que, la comprensión de las relaciones humanas que configuran lo que hoy se denomina Cultura Organizacional se centra en las personas, en lugar de la estructura y las tareas, para mejorar la productividad.

En los años recientes se puede proyectar generalmente que la Cultura Organizacional como un objetivo posible en las empresas, esto es, la Cultura Organizacional ha pasado de ser un aspecto secundario y poco relevante a concentrarse en unión de los objetivos centrales para el estudio de lo organizacional; esto ha dado lugar a nuevas conceptualizaciones y a matices que hacen hincapié en su importante papel; a lo que se empieza a evidenciar, el aumento de investigaciones que tratan acerca de la Cultura Organizacional así como revisiones sobre literatura acerca de su evolución, desarrollo e importancia creciente para la comprensión de las organizaciones. (González-Limas et al, 2018, pág. 01)

Las teorías de la cultura de la organización han cambiado radicalmente. Su creciente evolución refleja su creciente importancia en las organizaciones. En un principio, la cultura de la organización se concebía como la confluencia de normas y valores que inciden en el comportamiento de los empleados, acabando por transformarse en un fenómeno más potente y de mayor recorrido para asegurar el éxito organizacional. Las teorías de valor cultural actuales consideran que no solamente determinan las prácticas y comportamientos de los empleados, sino que son también un elemento diferenciador para la adaptación y la capacidad de resistir frente a factores externos. Las teorías del valor cultural han puesto de manifiesto cómo la Cultura de la Organización (CO) es uno de los procesos que van dando una cultura organizacional fuerte en aquellas organizaciones que tienen que estar sometidas a dificultades largas.

3.1.4 Elementos de la cultura organizacional

Como ya hemos dicho, un crecimiento asegurado de las instituciones requiere el cumplimiento de diversos factores que se involucran en un clima laboral positivo, los avances y resultados respecto de la actividad productiva o de la oferta de bienes y servicios. Entre los factores que menciona en su artículo (Mena, 2019, pág 01.) están en la tabla 3.

Al tener una base cultural firme, la empresa puede mantener su dirección estratégica, atraer y retener talento clave, y lograr un rendimiento sostenido a largo plazo. Cada uno de los elementos descritos anteriormente crean una cultura organizacional que esté dirigida desde la alta dirección hasta los operarios que conforman la empresa, asegurando que todos los miembros de la organización comprendan y se adhieran a los principios fundamentales que guían su funcionamiento.

Tabla 2

Elementos que Conforman una Cultura Organizacional Exitosa

Elementos que conforman una cultura organizacional exitosa	
El respeto hacia la diversidad de segmentos	Abarca las percepciones basadas en la actitud o integridad de las personas en su trabajo, considerando su responsabilidad, diligencia y dedicación, lo que demanda un trato respetuoso y digno.
Confianza y apoyo	Está vinculado con la construcción de una buena reputación, el apoyo recibido, un ambiente laboral positivo, la camaradería, y la honestidad y autenticidad.
Igualdad de poder	Cuando se establecen relaciones basadas en igualdad de derechos y condiciones, se evita el abuso de autoridad y el control jerárquico excesivo.

Confrontación	Se previenen los problemas que enfrenta la organización, lo que permite aplicar prácticas de solución efectivas y oportunas.
Participación	Cada proceso en las empresas requiere la participación activa de las personas para alcanzar los objetivos establecidos. Esto es tanto un derecho como una responsabilidad de los empleados.
Innovación	En la medida en que se fomente a los empleados a ser innovadores y a tomar riesgos.

3.1.5 Características de la cultura organizacional

La cultura organizacional debe recabar ciertas características que permitan a los participantes reunir aquellos valores, creencias y acciones con la finalidad de integrar un sentido de pertenencia en la empresa. De modo que, (Gómez & Sarsosa, 2018, pág. 59), citan a (Hitt, Ireland, & Hoskisson, 2015, pág. 145) quienes detallan las principales características que incrementan el potencial de la Cultura Organizacional:

Promoción del aprendizaje y desarrollo humano

La posibilidad que tiene el ser humano de adaptarse a distintas perspectivas a través de los medios para canalizar aprendizajes mismos que le permitirán desenvolverse ampliamente. La capacidad para aprender y desarrollarse en entornos específicos es más importante que sobrevivir y adaptarse al medio. (Molerio, Otero, & Nieves, 2015, pág. 02)

La afirmación destaca la importancia del aprendizaje y el desarrollo continuo en el contexto de la cultura organizacional, que va más allá de la simple supervivencia y adaptación al entorno. Para crear una cultura organizacional dinámica que fomente el cambio y la innovación, es esencial adoptar este enfoque en el crecimiento y la evolución.

Distribuciones de los talentos y los recursos entre las unidades organizacionales

Es fundamental que la organización permita un desarrollo de su personal de acuerdo a las habilidades y aptitudes que demuestre el perfil que posee cada trabajador, sin omitir el acceso a los recursos necesarios para que realice un trabajo eficiente. El perfil profesional del gestor de empresas culturales se refleja en las competencias generales basadas en las necesidades de formación; muestra que este perfil en acción está enmarcado por el inter juego de dos formaciones: la disciplinaria (técnica, artística, sociocultural) y la propiamente gestionaría, además de que se requiere una asignación adecuada de los recursos. (Lozano, 2017, pág. 60)

El criterio fundamental es que una organización debe facilitar el desarrollo del personal en función de sus habilidades y competencias, ajustando los recursos necesarios para un desempeño eficiente. En el contexto del gestor de empresas culturales, este desarrollo se articula en dos formaciones clave: la disciplinaria, que abarca aspectos técnicos, artísticos y socioculturales, y la gestión propiamente dicha. Además, la correcta asignación de recursos asegura que el personal pueda alcanzar su máximo potencial, lo que a su vez impacta en la eficacia y sostenibilidad de la organización.

Innovación

Al referirnos a innovación se hace alusión a los desafíos y tendencias que debe alcanzar la organización, esta característica de la Cultura Organizacional encamina, de manera consciente o no, las personas y las organizaciones, desde las más simples hasta las más complejas, a reinventarse en sus productos o servicios, es decir innovar para mantenerse en el tiempo. (Flores, 2015, pág. 356)

Compartir valores y normas, la Cultura Organizacional conforma el contexto en el que innovar es una necesidad intrínseca a la supervivencia y la expansión. Es cierto que las cooperativas

poseen una estructura democrática que hace difícil innovar. Sin embargo, el uso de la innovación puede resultar muy beneficioso para las cooperativas cuando existe una

Cultura Organizacional que favorece la innovación a través de la creatividad y la cooperación. La participación activa de los miembros puede dar lugar a ideas innovadoras satisfechas por la realización de las necesidades de la comunidad.

Visión a largo plazo

La visión corporativa se compone de elementos implícitos y explícitos, que reflejan lo que la empresa quiere y espera que suceda en el futuro mientras realiza sus actividades u operaciones. Esto ayuda a la gerencia a tomar decisiones sobre las estrategias que deben desarrollar para alcanzar lo planteado y brindar un apoyo integral a estas decisiones. (Arias et al, 2019, pág. 488)

Uno de los elementos tanto explícitos como implícitos que abarcan los valores y aspiraciones subyacentes de la organización es la visión. La visión corporativa orienta las decisiones de la gerencia y establece un marco de referencia para todas las operaciones y

estrategias. En este sentido, la visión funciona como un faro que alinea los esfuerzos de la organización, asegurando que las decisiones estratégicas se tomen en coherencia con los objetivos a largo plazo, brindando un apoyo integral a la planificación.

Calidad de los productos y servicios

Cuando la empresa ha alcanzado una Cultura Organizacional sólida y necesaria, de manera inmediata ocurren cambios; mismos que se verán reflejados en la calidad total de los productos y servicios en un tiempo paulatino. (González & Fernández, 2020, pág. 102)

Dado que la Cultura Organizacional fomenta el compromiso, la innovación y el enfoque en la excelencia, con el tiempo, estos cambios conducen a una mejora continua en la calidad. Por lo tanto,

una cultura bien cimentada es esencial para el crecimiento sostenible de la empresa y su éxito a lo largo del tiempo.

Cooperación y equipos de trabajos

La cultura debe considerarse sin considerar la estructura del centro, que incluye el sistema organizativo, la toma de decisiones, el tipo de participación y los roles de los distintos actores. Ambas están conectadas entre sí. Las culturas son creadas por estructuras, y los cambios en una cultura pueden cambiar la estructura existente. Además, si el cambio en la cultura no tiene un impacto en la estructura organizativa, puede quedar sin base para darle legitimidad y fortaleza. (Pintos & Martínez, 2019, pág. 30)

La cultura no puede desarrollarse independientemente de la estructura, ya que la estructura establece los sistemas organizativos, la toma de decisiones y los roles que desempeñan los empleados en la empresa. Las normas, valores y comportamientos que conforman la cultura se construyen y sostienen sobre la base de la estructura. Si un cambio cultural no tiene un impacto en la estructura de la organización, puede no tener la legitimidad necesaria para sobrevivir o tener un impacto significativo. Debido a que la cultura y la estructura son esenciales para el éxito y la coherencia de una organización, es necesario lograr una transformación organizacional exitosa.

Valores éticos

Cada nuevo miembro de la organización contribuye significativamente a la formación de la cultura. Sin embargo, debemos reconocer que en cada área existe una cultura porque en cada área hay un líder que regula o flexibiliza la estructura de su área para permitir que la cultura entre del área. Además, sus expectativas y toma de decisiones influyen en la cultura y la modifican. (Barrera, 2019, pág. 27)

La cultura está influenciada por sus expectativas, decisiones y estilo de liderazgo, ya sea que fomenten o introduzcan nuevas dinámicas. De esta manera, la Cultura Organizacional cambia y se adapta continuamente en cada departamento gracias a la interacción continua entre los miembros y sus líderes.

3.1.6 Funciones de la cultura organizacional

En repetidas ocasiones se entiende a la Cultura Organizacional como un elemento subjetivo, pero a lo largo del tiempo logra convertirse en un articulador básico que ubica a los miembros de las empresas en partícipes activos de la identidad empresarial. (Mena, 2019, pág.12) cita en su artículo a Díez Gutiérrez (1996) quien refiere 7 principales funciones:

Función epistemológica

La capacidad de estructurar conceptualmente permite que la Cultura Organizacional se convierta en un objeto de estudio dentro de las organizaciones, lo que facilita la interpretación de los procesos, sus causas, manifestaciones y perspectivas.

Función de adaptación

Vinculado a la capacidad de adaptación y alineado con el propósito o misión fundamental de las organizaciones, lo que garantiza su supervivencia.

Función legitimadora

La capacidad de demostrar y justificar el propósito y la relevancia de la organización, lo que fortalece sus operaciones. Esto agrega valor y significado a las actividades diarias en las que los empleados están directamente involucrados.

Función instrumental

Es un recurso útil que facilita la gestión empresarial. El éxito depende del compromiso de los miembros internos a través de la negociación y el consenso sobre los objetivos, los medios de la organización y las características de los participantes.

Función reguladora (de control)

Está relacionado con el comportamiento de los miembros del grupo y promueve un entorno estable, armónico y cohesionado. Las normas sobre lo que es correcto y necesario para un mejor desempeño laboral y comportamiento social están directamente relacionadas con el control o regulación cultural.

Función motivadora

Las políticas y estrategias que involucran a los miembros del grupo, permitiéndoles participar, hacer sugerencias y sentirse parte integral de la organización, motivan. Para alcanzar los objetivos de la organización, los valores personales se alinean con los empresariales, lo que aumenta el compromiso y el sentido de pertenencia.

Función simbólica

La representación social de la organización y sus miembros se conceptualiza como un sistema estructurado e integrado, donde los canales tanto formales como informales sirven para representar los valores, las formas de actuar y la producción, o prestación de servicios. Además, se utilizan los recursos de la entidad y los medios de comunicación para posicionarse públicamente.

La Cultura Organizacional puede adaptarse a los cambios o la evolución de una empresa. Estas funciones están destinadas a resolver problemas clave que afectan a las instituciones, como la capacidad de adaptarse al entorno sociocultural en el que operan, la forma en que se construyen y

complementan sus procesos internos y externos, así como las posibilidades de supervivencia de la organización, entendida como un sistema.

3.1.7 Beneficios de la cultura organizacional

Entre los principales beneficios de una Cultura Organizacional fuerte, (Rodríguez, 2019, pág. 76) en su artículo destaca las siguiente:

- Valores fundamentales que son comunes y persistentes.
- Un fuerte vínculo de cohesión que guía las acciones y el desempeño en las funciones.
- Las decisiones son más coherentes debido a una fuerte alineación con los valores comunes.
- Disminución de la necesidad de sistemas y controles formales debido a la
- alta participación y alineación.
- Una mayor conexión cultural y mejor ejecución de la estrategia.

Sin embargo, (Puerto, 2021, pág. 14) cita a Fernández y Revuelo (2009), quienes describen los beneficios de la cultura organizacional como un catalizador para alinear áreas principales que se dirigen al mercado, destacando los tres beneficios claves:

- El enfoque de posicionamiento, es el más popular y se centra en la competencia en función de los resultados.
- El enfoque de recursos y capacidades, esta estrategia se basa en la competencia por los recursos y define los grupos como conjuntos de empresas dentro de una industria con configuraciones similares.
- El enfoque de la psicología cognitiva, este enfoque se centra en cómo los competidores perciben a las personas.

Los grupos estratégicos pueden fomentar la integración comercial en el mercado desde la perspectiva de la Cultura Organizacional sectorial. Es fundamental evaluar el posicionamiento en función de los servicios y estrategias propuestos, así como la capacidad de respuesta en función de los recursos. Para mejorar el desarrollo comercial y económico, la Cultura Organizacional debe adaptarse a la experiencia del mercado y a las prácticas de adaptación.

3.1.8 Importancia de la cultura organizacional

Un sistema integrado productivo requiere de la cultura de una organización misma que puede ayudar o dificultar el cambio. Los valores y creencias, que suelen estar reflejados en la filosofía de gestión, guían a los empleados y les proporcionan una identidad, lo que puede integrarlos o dividirlos como miembros de la organización. Los países en desarrollo, al comprender la importancia de esta filosofía, están trabajando para impulsar a sus empresas a adoptarla, enfocándose en la excelencia de los procesos. (Charón, 2017, pág. 88)

De acuerdo con (Silva, 2017, pág. 117) cita a (Vargas, Ruíz & García, 2015) quienes refieren que, aunque entender las culturas que rigen diversas organizaciones puede resultar difícil, se hace un gran esfuerzo para comprenderlas porque son importantes. Los empleados creen que la Cultura Organizacional es un factor importante en el ambiente laboral porque afecta cómo se hace el trabajo.

La Cultura Organizacional en un sistema productivo clave, porque puede ayudar u obstaculizar el cambio en una empresa. Los valores y creencias reflejados en la filosofía de gestión permiten sumar o restar en las actividades asignadas, lo que afecta su identidad. Esta filosofía es un ejemplo de aplicación en países en desarrollo para mejorar la excelencia en los procesos; reconociendo su impacto en la eficiencia y la adaptación organizacional.

3.1.9 Clasificación de la cultura organizacional

Es importante que este modelo de la Cultura Organizacional OCAI, recabe información relevante de la empresa y que a partir de allí se pueda analizar una variedad de elementos de la cultura organizacional, incluidas sus características esenciales, la gestión del personal, la cohesión interna y el enfoque estratégico. Se utilizó el instrumento de evaluación de Cultura Organizacional (OCAI), que considera cuatro categorías de Cultura Organizacional. (Rodríguez & Romo, 2018, pág. 15)

Jerárquica

Se presenta en empresas que priorizan un enfoque interno y requieren control y estabilidad. Aunque este método puede aumentar la seguridad y el orden, también puede reducir la flexibilidad y la capacidad de la empresa para adaptarse rápidamente a los cambios en el entorno externo.

Mercado

Se encuentra en empresas orientadas hacia el exterior, que persiguen control y estabilidad. La priorización de la eficiencia, los resultados y el cumplimiento de los objetivos estratégicos en el mercado es común en este tipo de Cultura Organizacional, lo que puede conducir a una orientación hacia el logro de metas específicas.

Clan

Empresas enfocadas internamente que fomentan la flexibilidad e innovación a través del desarrollo de empleados, la promoción de relaciones cercanas con los clientes y un entorno más humano, promueven la creatividad y la participación activa al centrarse en el bienestar y el crecimiento de sus empleados, lo que a su vez fomenta la innovación.

Adhocrática

Este tipo de cultura, centrada en el exterior, cree que la innovación y el liderazgo son esenciales para el éxito y alienta a la empresa a desarrollar nuevos productos y servicios.

Ilustración 1

Clasificación de cultura organizacional



Las cuatro categorías de Cultura Organizacional reflejan diferentes enfoques estratégicos: jerárquico prioriza el control interno y la estabilidad; de mercado se enfoca en competir con otros y alcanzar objetivos; Clan fomenta un entorno colaborativo y el desarrollo de empleados; y adhocrática fomenta la innovación y la adaptabilidad para el éxito empresarial. Por otro lado, la cultura clan y la cultura adhocrática fomentan la innovación de diferentes maneras: la primera a través del apoyo y la colaboración entre miembros del grupo, mientras que la segunda a través de la flexibilidad y la apertura al cambio.

3.1.10 Modelos de la cultura organizacional

En consideración a la estructura y funcionalidad de la empresa, se establecen diferentes tipos de modelos de Cultura Organizacional, dependiendo de esta particularidad que persiguen las entidades. (Llanos, 2018, pág. 20)

Tabla 3

Modelos de la Cultura Organizacional

Autores	Modelos de cultura organizacional	Descripción
Cameron y Quinn (1999)	Modelo OCAI	La cultura de cada organización tiene características que la hacen distinta de las demás.
Robbins & Judge (2013)	Modelo Integrador	La cultura organizacional es un nivel de percepción de la empresa que generalmente comparten todos los miembros de la organización.
González (2012)	Modelo de actividades compartidas	Es un conjunto de prácticas aprendidas y compartidas por los miembros de una organización, que incluye un sistema de valores y creencias fundamentales.

Chiavenato (2009)	Modelo del talento humano	Es la esencia de la empresa, que se refleja en cómo maneja sus operaciones, cómo trata a sus clientes y empleados, el nivel de autonomía de sus unidades y el grado de lealtad que los empleados sienten hacia la empresa.
Cuesta (2005)	Modelo comportamental	La Cultura Organizacional es la suma de normas, valores, creencias y comportamientos compartidos que guían cómo los empleados actúan, resuelven problemas y toman decisiones en la empresa.
Alles (2007)	Modelo histórico	El término "Cultura Organizacional" se refiere al conjunto de supuestos, creencias y normas compartidas por los miembros de una organización, independientemente de si surgieron de la fundación o se desarrollaron naturalmente con el tiempo. Cambiar esta cultura puede ser un desafío, pero no es imposible.

Estos modelos brindan perspectivas diversas sobre la Cultura Organizacional y herramientas para que los líderes puedan diagnosticar, modificar o reforzar su cultura de acuerdo con las necesidades de la organización. Dado que la cultura tiene un impacto directo en la productividad, la innovación, el clima laboral y la sostenibilidad a largo plazo, es fundamental comprender estos modelos para lograr una gestión más efectiva.

3.1.11 Dimensiones del modelo de cultura organizacional OCAI.

De acuerdo con los autores (Cancino & Vial, 2022, pág. 112) cita a Cameron y Quinn (1999) quienes detallan el modelo OCAI, compuesto por 6 dimensiones; Las características dominantes (cómo se percibe la organización en general), el liderazgo organizacional (el enfoque y el estilo que prevalecen en la organización), la gestión de empleados (cómo se trata y dirige al personal), la cohesión organizacional (los mecanismos que mantienen a la organización unida), el énfasis estratégico (las áreas clave que impulsan los objetivos) y los criterios de éxito (cómo se percibe la organización en general).

Utilizando 3 de las siguientes dimensiones del cuestionario OCAI del modelo de valores por competencias de Cameron y Quinn (2006), el estudio examinó la cultura organizacional desde la perspectiva de colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andina Ltda. El cuestionario de Cameron y Quinn identifica áreas importantes como: liderazgo organizacional, gestión del personal y enfoque dominante; mismos que pueden influir en el comportamiento innovador y permite una evaluación completa de la cultura organizacional en cooperativas. Proporciona una comprensión clara de cómo mencionados criterios que promueven la flexibilidad, creatividad y colaboración de los colaboradores en la cooperativa para innovar y adaptarse a los cambios.

3.2 Comportamiento Innovador

El Comportamiento Innovador se refiere aquellas acciones ejecutadas por las personas al intentar hacer algo nuevo o trabajar para lograr resultados innovadores; se comporta de manera innovadora. (Mora & Solis, 2020, pág. 04) cita a Janssen (2000). Por otra parte, se puede añadir que el Comportamiento Innovador es un proceso cognitivo no lineal que examina cómo las personas implementan nuevas ideas utilizando variables organizacionales. (Sánchez & Siles, 2023, pág. 110)

En concordancia con lo anterior, este estudio define el Comportamiento Innovador como la habilidad de una empresa para crear y respaldar ideas relacionadas con nuevos productos y servicios mediante procesos creativos y tecnología, en línea con lo mencionado y basándose en evidencia empírica sobre el concepto. (Galván, Sánchez, & Sánchez, 2020, pág. 07)

No obstante, (Norena, Céliz, & Guevara, 2021, pág. 01) para que una organización funcione de manera eficiente, el Comportamiento Innovador es esencial, especialmente en escenarios de cambio constante, ya que aumenta su competitividad. Se ha demostrado que los empleados que implementan prácticas innovadoras obtienen mayores beneficios en comparación con aquellos que no lo hacen.

Un proceso organizacional que involucre la innovación como una práctica diaria permite armonizar las actividades asignadas. Según (Salessi, 2021) expone: “El comportamiento innovador comienza con una idea útil, original o novedosa para resolver las inconsistencias o problemas en el entorno de trabajo” (pág. 09)

Es importante enfatizar que la innovación no se limita a transformaciones significativas y disruptivas; también puede manifestarse en mejoras incrementales o ajustes que mejoran la eficiencia y optimizan los procesos. La competitividad de una organización depende de la

capacidad de los empleados para observar su entorno, encontrar problemas y desarrollar soluciones novedosas.

Además, el Comportamiento Innovador expresado en una empresa, denota la relación de elementos propios de la organización, tal es el caso de la Cultura Organizacional. En consideración con (Prieto, Contreras, & Espinosa, 2020) refieren:

Un Comportamiento Innovador en una compañía se relaciona íntimamente con la capacidad de la Cultura Organizacional y de los miembros de la misma, quienes deben ser capaces de crear nuevas alternativas que puedan acabar generando ciertas ventajas competitivas. Así las cosas, resulta fundamental que la Cultura Organizacional propicie un contexto óptimo para el desarrollo donde se fomenten la seguridad y la confianza de los miembros de la organización y nazca de los grupos de trabajo ese impulso de creatividad y de iniciativa, necesarias para activar la innovación. (pág. 01)

También se intenta resaltar el poder de la confianza y del empoderamiento. Los equipos de trabajo deben saber y percibir que pueden desarrollar ideas nuevas sin preocuparse por las posibles consecuencias del fracaso. Esto forma parte de un ciclo continuo de adaptación y mejora que tiene una importancia vital en un entorno de trabajo que evoluciona rápidamente. Por el contrario, no es suficiente contar con trabajadores innovadores e ingeniosos para fomentar la innovación en una organización: la Cultura Organizacional debe apoyar de forma activa este tipo de comportamientos.

3.2.1 Origen del comportamiento innovador

La integración del comportamiento innovador se origina en la nueva economía del conocimiento, que está estrechamente relacionada con el avance tecnológico de ese entorno, y especialmente con el crecimiento de la información, representa una gran oportunidad para el futuro de cualquier región o sector económico. (Castro & Castillo, 2016, pág. 67)

Mientras tanto, (Jareño, 2017, pág. 01) investigan el origen del Comportamiento Innovador como un elemento dinámico dentro de la organización. En el mundo empresarial actual, la innovación ha adquirido un papel importante porque los avances en tecnología, sociedad e instituciones han reducido el ciclo de vida de productos, servicios y procesos comerciales. La innovación comienza con una idea y estas ideas provienen de las personas, por lo que fomentar el Comportamiento Innovador de los empleados es fundamental para mantener la competitividad de la empresa.

Los autores enfatizan la importancia de la innovación como motor principal de la nueva economía del conocimiento y destacan la conexión entre la innovación y el avance tecnológico. La capacidad de una región o sector económico para incorporar la innovación en su estructura puede ser fundamental para asegurar su éxito y sostenibilidad a largo plazo en un entorno cada vez más orientado por la información y la tecnología.

3.2.2 Objetivo del comportamiento innovador

Se entiende como objetivo integrar a la empresa con una estrecha relación entre sus colaboradores. (Robert, 2018, pág. 40) detalla que: “Los empleados más comprometidos con el comportamiento innovador tienden a rendir mejor y suelen esforzarse más por encontrar nuevas formas de aumentar su productividad”.

Según el análisis de esta afirmación, existe una correlación directa entre la participación de los empleados en el Comportamiento Innovador y su desempeño laboral. Los empleados innovadores no solo cumplen con sus responsabilidades básicas, sino que también están motivados a seguir mejorando. El impulso hacia la innovación los impulsa a investigar y aplicar nuevas formas de trabajo, que pueden mejorar la productividad individual y la organización en su conjunto.

3.2.3 Teorías del Comportamiento Innovador

Las organizaciones constantemente enfrentan múltiples desafíos de diferente índole, y este término al igual que su aplicación se ha desarrollado a lo largo de la historia. (Pinela & Armijos, 2021, pág. 02), recaba los siguientes postulados de autores que emiten investigaciones con respecto a las empresas actuales:

Tabla 4

Teorías del Comportamiento Innovador

Autor	Teorías
Janssen (2000)	El comportamiento innovador se refiere a una forma de actuar en la que una persona intenta explorar algo diferente o se enfoca en conseguir resultados únicos.
De Jong & Den Hartog (2010)	Este Comportamiento Innovador se refiere a la búsqueda de oportunidades y la generación creativa de ideas, con el objetivo de proponer cambios cuando sea necesario e innovar en los procesos para mejorar el rendimiento de una organización.
Saeed et al (2018)	En el ámbito laboral, trabajar de forma innovadora consiste en concebir e implementar propuestas creadoras para la empresa o institución en cuestión de productos, servicios y procesos. En todo caso, también implica la actitud de adecuarse con rapidez a los cambios y los comportamientos requeridos para proponer y llevar a la práctica las ideas en cuestión.
Acar et al (2019)	Promover el desarrollo de ideas innovadoras dentro de una empresa tiene un efecto beneficioso en la capacidad de innovar.

Akram et al El Comportamiento Innovador en el lugar de trabajo es
(2020) fundamental para impulsar la innovación empresarial y puede
convertirse en una ventaja competitiva.

A lo largo del tiempo, las teorías sobre el Comportamiento Innovador han evolucionado desde la visión originalmente centrada en genios individuales a marcos más complejos que incorporan factores organizacionales, sociales, y culturales. En sus inicios, la innovación se percibía como el producto de la mente o de disrupciones tecnológicas específicas, pero con el tiempo, las teorías se han transformado para tratar los roles de la organización entornos, de la dinámica del equipo y el liderazgo.

En el enfoque actual, el Comportamiento Innovador no depende solo de la creatividad del individuo, sino de la habilidad de las organizaciones para crear los entornos adecuados que fomenten la experimentación, la colaboración y un apetito por el riesgo, sustituyendo en gran parte la relación entre las posiciones sabias y el genio individual por la noción de interdependencia, o individuos diseño tan organizando sistemas, para desencadenar la innovación.

3.2.4 Tipos de innovación

El Comportamiento Innovador se desarrolla en las empresas como un proceso en el que intervienen perspectivas funcionales y culturales con el fin de contribuir al cumplimiento de objetivos o estándares administrativos. Por lo tanto, (Guzmán, 2015, pág. 32), recaba investigaciones de tres tipos de innovaciones dentro de una empresa de servicios mismas que contribuyen a interactuar de manera acertada y oportuna con los clientes.

Ilustración 2.

Tipos de innovación

Innovación desde los recursos de la organización	Innovación radical o incremental	Innovación abierta
<ul style="list-style-type: none">• Otra forma de analizar la innovación es observar los recursos que las organizaciones tienen disponibles para realizar sus actividades. (Pfeffer & Salancik, 2003)	<ul style="list-style-type: none">• Cambios significativos en las actividades de una empresa, en comparación con sus métodos habituales. Esto se logra mediante el desarrollo de nuevas habilidades técnicas y comerciales, y la implementación de nuevas formas de resolver problemas. (Henderson & Clark, 1990)	<ul style="list-style-type: none">• La interacción con los clientes durante la prestación y entrega del servicio, junto con el hecho de que pocas empresas realizan actividades de investigación y desarrollo, son elementos importantes. (Chesbrough, 2011)

Los colaboradores se consideran un elemento clave para una correcta adaptabilidad del comportamiento innovador en las empresas, considerando el marco de las cooperativas la generación de ideas y soluciones altamente creativas, potencian un entorno comprometido con la calidad y la mejora continua. Esta entidad debe contener la capacidad de que su cultura se adapte a los cambios o tendencias innovadoras en un lapso de tiempo considerable.

3.2.5 Clasificación del comportamiento innovador

Las instituciones que pretenden cubrir los intereses de sus clientes, están continuamente enlazando sus actividades de acuerdo a la dinamización económica, mediante el artículo de (Delgado & Sánchez, 2019, pág. 259) exponen dos grandes fuentes del Comportamiento Innovador de acuerdo a esta condición Comportamiento Innovador de acuerdo al nivel macroeconómico.

Es útil para el diseño de políticas económicas efectivas que permitan corregir las deficiencias y fortalecer las ventajas en términos de innovación y desarrollo tecnológico en aquellos sectores que comparten un Comportamiento Innovador similar.

Comportamiento Innovador de acuerdo al nivel microeconómico

La identificación del Comportamiento Innovador puede aumentar la comprensión de cómo las empresas abordan el proceso de innovación, al definir variables relacionadas tanto con los insumos como con los resultados de dicho proceso. Una gran sabiduría científica y tecnológica puede dotarnos de ventajas potenciales que consideremos comparativas.

Las categorizaciones de insumos y productos de salida en el proceso innovador, son imprescindibles para comprender de qué forma una cooperativa puede contribuir a haber mejorado su competitividad y sostenibilidad: los insumos, como la capacidad de inversión en tecnología, la capacitación de los trabajadores o la cooperación entre los socios, considerarían el sustento de su capacidad innovadora; los productos de salida aparecerían por su parte como productos mejorados, procesos eficientes y una alta satisfacción de los responsables de la cooperativa.

En una cooperativa, el Comportamiento Innovador es fundamental en la medida que promueve la implicación activa de la plantilla y de los socios en el diseño de las soluciones creativas que optimizan el consumo de estos insumos y la maximización del rendimiento, siendo capaz de generar una atmósfera donde el trabajo innovador se produce de forma continua y colaborativa. No solo mejora el rendimiento interno, sino que aumenta su capacidad de generar un impacto social y económico superior.

3.2.6 Importancia del comportamiento innovador

En las organizaciones contemporáneas la innovación o el Comportamiento Innovador adaptado a la práctica cotidiana de la organización permite extender mercados, convirtiéndola por

esta actualización en altamente competitiva. Según Galván, Sánchez, & Sánchez (2020, pág. 06) citados en su artículo caracterizadas por EUROSTAT (2005) a través de su conocido Manual de Oslo, las siguientes características del comportamiento innovador en las organizaciones empresariales:

1. La innovación está vinculada a la incertidumbre.
2. Se requieren recursos para invertir en innovación, ya sea en activos tangibles o intangibles.
3. La innovación puede generar efectos de desbordamiento tecnológico.
4. La innovación implica el uso de nuevos conocimientos o la combinación de conocimientos existentes.
5. La innovación se orienta a obtener ventajas competitivas, aumentar la demanda de productos o reducir costos.
6. Las actividades específicas relacionadas con la innovación incluyen I+D, gestión de patentes y derechos, gestión del conocimiento y reingeniería.

En consideración a lo anterior, se puede destacar que cada una de estas ideas involucra el compromiso y el potencial que desarrollen los colaboradores de la empresa en torno a la creatividad e innovación en sus prácticas. La necesidad de recursos, tanto físicos como intangibles, resalta la inversión requerida para impulsar el proceso de innovación. La relación entre la innovación y la difusión tecnológica muestra cómo los avances pueden beneficiar a otros agentes del entorno. Asimismo, la innovación implica tanto la creación de nuevos conocimientos como la combinación de los ya existentes, lo que requiere actividades específicas como la investigación y el desarrollo (I+D) y la gestión del conocimiento.

Por otro lado, (Norena, Céliz, & Guevara, 2021, pág. 30) infiere que el comportamiento innovador de los miembros de una institución puede estar vinculado a una interacción constructiva entre ellos. Las cooperativas, al estar basadas en la colaboración y en un proceso de toma de decisiones integrado, un contexto que impulsa la innovación entre sus integrantes puede tener un espacio significativo. El Comportamiento Innovador, apoyado en la colaboración y en la puesta en común de ideas, permite a la cooperativa mejorar sus procesos, productos y servicios, constituyendo así su competitividad y su impacto social.

3.2.7 Beneficios del Comportamiento Innovador

Llevar a cabo este Comportamiento Innovador dentro de la institución facilita que los circuitos internos, mejorar la comunicación y permitir que los empleados expresen sus conocimientos y opiniones con los líderes de la institución, ayudará a adoptar nuevos enfoques, fomentando un Comportamiento Innovador. Esto beneficiará a la institución, a sus empleados y a todas las personas que serán atendidas por un personal más predispuesto. (Freire, 2015, pág. 70)

Se pretende mejorar los procesos internos, comunicar de manera efectiva y unir las perspectivas de los trabajadores con la alta dirección son aspectos clave para fomentar un entorno innovador dentro de una institución. Al lograr esto, se promueve la implementación de nuevas formas de trabajo que no solo aumentan la eficiencia y motivación del personal, sino que también resultan en una atención de mayor calidad a los beneficiarios, generando así un ciclo positivo.

3.2.8 Dimensión del Comportamiento Innovador

Se considera el Modelo de Janssen (2000) que recopila siete ítems. Con la intención de generar impactos positivos e innovadores orientados a cubrir con las necesidades de la organización, gestionar las actividades desde una perspectiva innovadora entre sus colaboradores y

satisfacer las exigencias de los clientes. Por lo tanto, en la siguiente tabla se especifica las dimensiones que constituyen el mencionado modelo, de acuerdo con (Salessi, 2021) propone:

Tabla 5

Dimensión del Comportamiento Innovador

Dimensión	Concepto
Generación de ideas	Las propuestas innovadoras que se reciben se seleccionan basándose en su auténtica utilidad e inmediatez, dando preferencia a las que tengan a un cliente como objetivo final. (González et al., 2014)
Búsqueda de ideas	Se trata de reunir un grupo de individuos y reflexionar sobre ideas de negocio, innovadoras, aunque puedan parecer absurdas. Cada pensamiento se registra, sin importar lo absurdo que resulte. Después se indican los pros y contras. (Mariño, 2015)
Comunicación de ideas	Rechazar las cosas que no son necesarias. deseamos; conseguir lo que deseamos; involucrarnos en interacciones sociales y obtener información. (Rodbroe y Janssen, 2006)
Actividades de iniciación de la implementación	La iniciación de actividades debe recabar ciertas condiciones y metas tangibles y factibles para sus practicantes que les brinde la oportunidad de demostrar habilidades. (Costa, Camerino, y Sequeira, 2015)

Incluir a otros	<p>La participación como empoderamiento genera oportunidades que donan a todos los participantes miembros de la entidad para que aporten de manera activa e impacten en el procedimiento de desarrollo y búsqueda de soluciones. (Folgueiras, 2007)</p>
Superar obstáculos	<p>Se refiere al diseño de acciones que sean exactas a una circunstancia empresarial que pueda evolucionar y estimular la evolución del trabajador a través de un proceso dialéctico que examine sus ideas para alcanzar la síntesis que le brinde la oportunidad de crear su nuevo saber y conocimiento. (López, Bohorquéz y Fernández, 2016)</p>
Resultados Innovadores	<p>Invertir en tecnología y recursos humanos, así como en las redes de colaboración, tiene un rol crucial en el progreso de los resultados innovadores de una organización, de modo que marca posicionamiento en el mercado. (González y Hurtado, 2012)</p>

El Comportamiento Innovador se erige como un constructo de relevancia esencial en relación con lo organizacional, que se caracteriza por la existencia de un conjunto de conductas que persiguen la concepción, la promoción y la realización de ideas innovadoras. Janssen (2000) establece tres dimensiones que componen el Comportamiento Innovador: generación de ideas, promoción de ideas y la realización de ideas. La generación de ideas es considerada la capacidad de dar con soluciones

creativas para aquellos problemas que ya son conocidos, lo cual se puede manifestar a partir de la búsqueda de modalidades y maneras nuevas de hacer aquellas tareas relativas al trabajo; promoción de ideas hace referencia a la socialización de desarrollar redes que permitan la promoción e impulso de las ideas; mientras que la realización abarcaría el propio desarrollo e implementación de las ideas innovadoras (De Jong & Den Hartog, 2010; Oeij et al., 2017) .

La relevancia del Comportamiento Innovador estriba en su potencialidad para mejorar el rendimiento organizacional mediante la adaptación a un entorno cambiante. En esta línea, Madrid (2013) observa que la innovación no es sinónimo de la invención radical de algo nuevo; podría igualmente suponer la mejora incremental de algo ya instituido. La presente concepción cuenta, además, con el respaldo del Manual de Oslo, donde la innovación se define como aquellas actividades de cambio consideradas como innovadoras y que, por lo tanto, mejoran los resultados obtenidos, haciendo especial hincapié en la conexión entre innovación y competitividad, y para el cual remiten las naciones miembros de la OCDE (OCDE, 2005).

Adicionalmente, los distintos estudios han constatado que hay diferentes factores que modulan el Comportamiento Innovador, como, por ejemplo, el capital psicológico y la pasión por el trabajo se identifican como determinantes centrales en la o fomento del Comportamiento Innovador del personal (Madrigal-Torres et al., 2017) o la autonomía y la disponibilidad del tiempo son factores críticos que contribuyen a la creación de contextos donde se fomenta la innovación (Antonic & Hisrich, 2001). Estos factores internos proporcionan un contexto donde los trabajadores se sienten empoderados para experimentar y proponer nuevas ideas.

Es fundamental señalar que el Comportamiento Innovador no solo se apoya en las personas, también se da en las organizaciones. De este modo, la cultura organizativa, así como

el liderazgo son muy relevantes para cómo se concibe y acepta la innovación en una organización (Kuratko et al., 2014). Las organizaciones que favorecen un clima propicio para la innovación suelen tener más éxito a la hora de poner en práctica nuevas ideas

Y hacer mejoras continuas. Por ello el Comportamiento Innovador se considera una dimensión imprescindible para el éxito organizacional en un entorno competitivo, porque permite a las organizaciones diseñar estrategias efectivas para fomentar la innovación de modo sostenible.

3.3 Relación entre Cultura Organizacional y Comportamiento Innovador

El nexos entre la Cultura Organizacional y el Comportamiento Innovador constituye un aspecto que ha generado un interés creciente en el mundo empresarial, tal como lo demuestra que, una cultura organizacional adecuada puede convertirse en una palanca de la innovación. La Cultura Organizacional se refiere a los valores, las creencias y las normas compartidas dentro de una organización, las cuales repercuten en el modo en que los individuos entran en interacción y llevan a cabo su trabajo. En una investigación realizada por PwC, el 93% de los ejecutivos afirman que la Cultura Organizacional Innovadora es decisiva para fomentar un crecimiento sostenible entre las organizaciones (Vorecol, 2024). Esto puede interpretarse como que las organizaciones que realizan acciones para crear un clima de innovación son más propensas a conseguir la implementación de nuevas ideas y nuevos procesos.

Un ejemplo relevante es el de Netflix, la cual ha sabido ajustar su cultura organizacional en el contexto de una cultura cambiante. Esta empresa propone incitar una cultura donde el riesgo o la experimentación puedan ser un valor, donde sus empleados puedan presentar ideas sin tener miedo a fracasar (Vorecol, 2024). De este modo, se

contribuirá no solamente a la creatividad, sino también a aumentar la satisfacción en el trabajo, que es un componente clave en la retención de talentos. Algo parecido ha llevado a cabo L'Oréal, donde ha puesto en marcha los "Innovation Days", cuando los empleados pueden presentar ideas innovadoras, lo que ha suscitado más de 1,400 propuestas y un aumento de sus ingresos (Vorecol, 2024). Esos ejemplos demuestran cómo una cultura organizacional orientada a la innovación puede generar resultados. De hecho, la investigación indica que aquellas organizaciones que tienen culturas organizacionales con un alto grado de apertura al cambio y de transparencia son capaces de crear un espacio donde los empleados están motivados a poner en práctica nuevas ideas (Naranjo- Valencia et al., 2016).

Las organizaciones que aprecian la diversidad del pensamiento y que ponen en práctica políticas inclusivas son por lo general más ágiles y más cercanas a las tendencias del mercado; de aquí la significación de tener una fuerte cultura que soporte la innovación y que permita, además, a las organizaciones adaptarse y florecer en un entorno de gran competencia.

. La implementación de nuevas tecnologías o procesos innovadores puede obligar a realizar cambios de forma paralela en los valores y en las prácticas internas de una organización (Duque, 2015). Este ciclo retroalimentado nos muestra cómo cultura e innovación no sólo coexisten, sino que se alimentan entre sí. Resulta así que las organizaciones deben fortalecer su cultura y hacer florecer la innovación para poder seguir siendo pertinentes y competitivas de forma sostenible. Hay una relación interna entre la cultura organizacional y el comportamiento innovador, dado que las organizaciones que favorecen un clima de innovación no sólo incrementan su capacidad para generar ideas innovadoras, sino que también ayudan a mejorar su competitividad de mercado, la cuestión está en promover valores culturales que faciliten la creatividad y el compromiso entre todos los miembros de la organización.

4. METODOLOGÍA

4.1 Enfoque de la Investigación

La presente investigación adopta un enfoque cuantitativo, ya que busca medir la relación entre la Cultura Organizacional y el Comportamiento Innovador mediante la recolección y análisis de datos numéricos. Se utilizará un diseño correlacional, dado que el objetivo principal es determinar la relación entre estas dos variables.

4.2 Diseño de la Investigación

Siguiendo este planteamiento, se recurrió a un diseño no experimental, ya que tal y como expone (Escamilla, 2016, p. 2), no se manipularon las variables deliberadamente, sino que fueron analizadas como ocurrieron en el contexto organizativo. También se trata de un estudio transversal, ya que, en concordancia con lo afirmado por Vega (2021), los datos se recabaron en un punto en el tiempo, analizando así la relación entre cultura organizacional y comportamiento innovador en un momento determinado.

Esta modalidad de investigación se torna fundamental, especialmente cuando el investigador persigue la posibilidad de comprender la conducta de un fenómeno dado, en su contexto natural o auténtico, ateniéndose a un contexto que le permita que no entren en juego otros determinantes capaces de modificar sus conclusiones. Este tipo de métodos, al no ser manipulados las variables, hacen posible conseguir una visión naturalista y fiel respecto de los fenómenos tal y como ocurren. Surge así una potencialidad para la validez externa de las conclusiones (es decir, la habilidad para aplicar resultados a situaciones de la vida entre personas que se parecerían a las del acto de investigación), entre otras explicaciones.

La capacidad analítica de este tipo de estudios reside precisamente en que la exposición se mide, al igual que el efecto, simultáneamente, con lo que se pueden efectuar clasificaciones, identificaciones de patrones y correlaciones sin que se requiera un seguimiento largo de la gente de un tiempo, un dato que en muchas ocasiones el investigador no tiene, dado que en la mayoría, los recursos están limitados y el fenómeno o las condiciones que prevalece en el campo de la gente se han de evaluar rápidamente.

4.3 Población de la investigación

La población del estudio estuvo conformada por 203 trabajadores de la cooperativa de ahorro y crédito Andina, incluyendo desde operarios hasta personal directivo. Para la selección de la muestra, se empleó un muestreo no probabilístico de tipo intencional, el cual, según Hernández, Fernández y Baptista (2022), se basa en la elección de acuerdo con criterios específicos definidos por el investigador. En este estudio, el criterio utilizado fue la disposición voluntaria de los trabajadores en participar en la investigación, contando finalmente con una muestra de 150 empleados.

4.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

La recolección de los datos se realizó a través de la técnica de la encuesta, la cual consiste en la aplicación de un conjunto de preguntas realizadas los individuos que conforman la muestra, con el propósito de obtener información sobre sus opiniones, características actitudes o comportamientos de interés para el estudio (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

El instrumento utilizado fue el cuestionario, el cual es una herramienta empleada para recolectar de forma ordenada la información, de manera que facilite la identificación de las

variables de interés en un estudio, investigación, sondeo o encuesta. (Bravo & Valenzuela, 2019).

El cuestionario estuvo conformado por un total de 43 ítems. Ocho de ellos estuvieron destinados a recopilar información sociodemográfica, 12 ítems correspondieron a la evaluación de la Cultura Organizacional, y 23 ítems midieron el Comportamiento Innovador. Los ítems de Cultura Organizacional y Comportamiento Innovador permitieron identificar el grado de acuerdo o desacuerdo de los trabajadores con las afirmaciones presentadas, utilizando una escala de Likert de 5 puntos, donde 1 correspondía a “totalmente en desacuerdo” y 5 a “totalmente de acuerdo”

Para medir la variable de Cultura Organizacional se proponen ítems del instrumento diseñado por Cameron y Quinn (1999), mismo que determina y evalúa la gestión de la Cultura Organizacional bajo el desempeño de los colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andina Ltda cantón Latacunga. Por otra parte, para medir la variable de Comportamiento Innovador, se emplearon ítems de un instrumento desarrollado por Lukes & Stephen (2017) referido por Janssen (2000). Mediante la siguiente tabla se detallan las dimensiones o constructos correspondientes a las variables.

Tabla 6

Dimensiones que conforman las variables Cultura Organizacional y Comportamiento Innovador

Variables	Dimensión o Constructo	Ítems
Cultura Organizacional (Cameron y Quinn, 1999)		1
		2
	Liderazgo Organizacional	3
		4
		5
		6
	Gestión de empleados	7
		8

**Comportamiento
Innovador (Luke y
Stephen, 2017)**

	9
Unión de la Organización	10
	11
	12
	13
Generación de ideas	14
	15
	16
Búsqueda de ideas	17
	18
	19
	20
Comunicación de ideas	21
	22
	23
Implementación de actividades de inicio	24
	25
	26
Involucrar a otros	27
	28
	29
	30
Superar obstáculos	31
	32
	33
Productos de innovación	34
	35

Nota. Lukes y Stephen (2017), Cameron y Quinn (1999)

Posteriormente al diseño y planteamiento del cuestionario correspondiente a las variables Cultura Organizacional y Comportamiento Innovador en la entidad de estudio, se realizó un oficio emitido de Gerencia y Recursos Humanos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andina Ltda. cantón Latacunga, mismos que fueron autorizados para que se pueda aplicar a los colaboradores pertenecientes a la entidad financiera.

Se solicitó al personal a participar en la investigación, proporcionándoles información detallada sobre los requisitos exigidos por el estudio y garantizando el compromiso con la confidencialidad de la información. Finalmente, primando la ética y transparencia entre los investigadores y los encuestados, se mantuvo información de la entidad de manera ética y

confidencial, con el propósito de que los datos obtenidos sean únicamente manipulados para fines académicos.

El cuestionario para la recolección de datos fue sometido a prueba de validez de contenido a través de juicio de expertos. Posteriormente, se evaluó la confiabilidad del instrumento a través del coeficiente Alfa de Cronbach.

4.5 Análisis Estadístico

El procesamiento y análisis de los datos se llevó a cabo con el software IBM SPSS Statistics, versión 22. El análisis estadístico realizado se centró en investigar la relación entre Cultura Organizacional y Comportamiento Innovador en trabajadores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andina Ltda. Se utilizaron diversas técnicas estadísticas para explorar la asociación entre estas variables y factores como el Tiempo en la Empresa y Nivel de Estudios.

En primer lugar, se realizó un análisis descriptivo para identificar y describir las características de los trabajadores de la cooperativa de acuerdo a las variables sociodemográficas. Posteriormente, se aplicó un Análisis de Componentes Principales (ACP), con el objeto de obtener variables latentes que sintetizaran la información aportada por cada ítem en relación a la Cultura Organizacional y el Comportamiento Innovador.

4.6 Validez del instrumento

Según Hernández-Sampieri, 2014 la validez de contenido de un instrumento de recolección de datos indica en qué medida dicho instrumento evalúa de forma precisa y completa todas las dimensiones del concepto o constructo que pretende medir, en otras palabras, evalúa si los ítems del instrumento reflejan todos los aspectos relevantes del fenómeno de interés. Esta prueba se realiza a través del juicio de expertos.

En este sentido, se les solicitó a tres expertos en el área de las Ciencias Administrativas, realizar la evaluación de cada ítem en una escala de 1 a 5, donde 1 indicaba un nivel deficiente y 5 un excelente grado de adecuación respecto a los siguientes criterios: (1) la alineación del ítem con la definición y el marco teórico del constructo que se pretendía medir (Cultura Organizacional o Comportamiento Innovador), (2) la claridad, precisión y adecuación del lenguaje para la población objetivo, (3) la correcta representación de la dimensión a la que pertenecía y (4) su pertinencia en relación con el propósito del estudio.

Se determinó el Coeficiente de Validez de Contenido (Cvc) propuesto por Hernández-Nieto (2011). Para su cálculo el autor sugiere que se debe determinar en primer lugar el Coeficiente de Validez de Contenido de cada Ítem (Cvci), presentado en la Ecuación 1, que se define como la proporción relativa, respecto del valor máximo de la escala.

$$Cvc_i = \frac{Mx}{Vmx} \quad (1)$$

donde:

Mx : Promedio de los puntajes asignados por cada juez al ítem i

Vmx : Valor máximo de la escala empleada

Posteriormente, se determina el Cvc del cuestionario utilizando la Ecuación 2, el cual se define como el promedio de los Coeficientes de Validez de cada Ítem, a través de la siguiente ecuación:

$$Cvc = \frac{\sum_{i=1}^n Cvc_i}{n} - p_e \quad (2)$$

donde:

n : Número de ítems

$p_e = \left(\frac{1}{J}\right)^J$: Probabilidad de error, entendida como la probabilidad que uno de los J jueces asigne puntajes a azar.

El Cvc, según Hernández-Nieto (2011), se interpreta de acuerdo a la siguiente escala:

- Menor que 0,80: Validez inaceptable
- Igual o mayor que 0,80 y menor que 0,90: Validez satisfactoria
- Igual o mayor que 0,90 hasta un máximo de 1,00 Validez excelente

En la tabla 8 se muestra el Cvc calculado, el cuestionario midió de manera adecuada las variables Cultura Organizacional y Comportamiento Innovador, por lo tanto, su aplicación fue válida.

Tabla 7

Validez de Contenido del Cuestionario Aplicado

Cvc	Conclusión
0,91	Validez excelente

4.7 Prueba de confiabilidad

Según Hernández-Sampieri et al. (2014), la confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce resultados iguales. Esto implica que un instrumento es confiable si al ser utilizado en condiciones similares, arroja resultados consistentes y estables. La confiabilidad se puede determinar mediante diversas técnicas, como el coeficiente Alfa de Cronbach, que evalúa la consistencia interna de los ítems que conforman el instrumento. En la tabla 9 se muestra este coeficiente, el resultado presentado según lo descrito por Palelly y Martins (2010), indica que el cuestionario tiene una confiabilidad muy alta. Esto sugiere que el instrumento tuvo un alto grado de precisión para medir las variables, ya que los ítems midieron un mismo constructo.

Tabla 8

Coefficiente Alpha de Cronbach

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,912	35

A continuación, se analizó la correlación entre estas variables a fin de estudiar su relación. Finalmente, se aplicó un Análisis de Correspondencias para analizar la percepción de los trabajadores sobre la Cultura Organizacional y Comportamiento Innovador caracterizados por las variables sociodemográficas.

5. RESULTADOS

5.1 Resultados Obtenidos de la Información Sociodemográfica de los Participantes

Se presentan los resultados obtenidos a partir del análisis de los datos recopilados en la investigación. En primer lugar, se realiza una descripción de las características sociodemográficas de los trabajadores de la cooperativa, lo que permite contextualizar el estudio.

Género

El estudio de la variable "Género" muestra que el 60% de los participantes pertenecen al género femenino, en cambio, el 40% restante corresponde al género masculino. Estos hallazgos indican una representación más amplia de mujeres en la investigación, lo que podría ofrecer datos útiles acerca de la dinámica de género en el seno de la organización.

Edad

Respecto a la distribución por edades, se nota que el grupo de edad "De 30 a 39 años" es el más predominante, representando el 45% de los participantes. A continuación, el 35% corresponde al grupo "De 20 a 29 años", mientras que el 20% corresponde al grupo "De más de 40 años". Esta información muestra que la mayoría de los participantes están en el rango de edad de joven a adulta, lo que podría afectar su conducta y su implicación en el estudio.

Estado civil

Respecto al estado civil de los empleados, el 55% se reconoció como casados, mientras que el 40% se encuentra soltero. Un 5% informó sobre otra condición civil, así esta distribución indica un predominio de participantes con obligaciones familiares, lo que podría afectar su rendimiento y dedicación en el ambiente de trabajo.

Etnia

La existencia de diversidad cultural y de la diversidad étnica en el seno de la Cooperativa Andina Ltda. es un elemento importante que puede influir en la cultura organizativa y en el comportamiento innovador, pero según los datos que se recogen; la mayoría de los trabajadores (un 85%) se identifican como mestizos lo que reflejan la existencia de un grupo de esta etnia en el lugar del trabajo. Esta diversidad étnica puede venir cargada de una mezcla de tradiciones y de visiones que pueden dar el matiz de riqueza a la cultura organizativa evidenciando un clima organizacional inclusivo y diverso.

El 10% de los encuestados se identifica como indígena. Con esto, podemos pensar que la cooperativa también considera interesante incluir diversos grupos étnicos. La presencia de empleados indígenas podría aportar una particular e interesante forma de entender la cultura en contextos en los que hay que mostrar sensibilidad cultural y comprensión de las diferentes

necesidades de la comunidad a la cual da servicio la cooperativa. Esto, además, podría suponer una fuente estratégica para la innovación, debido a que distintas historias culturales podrían producir ideas y prácticas nuevas.

Nivel Educativo

En relación al nivel educativo, el 50% de los participantes en la encuesta tiene educación de tercer nivel, el 40% posee educación de posgrado, y el 10% restante cuenta con educación técnica o de secundaria. Este perfil educativo evidencia que la mayoría de los participantes poseen una educación superior, lo que podría influir en su orientación hacia la innovación y el crecimiento profesional.

Experiencia laboral

La trayectoria profesional de los participantes también refleja una distribución considerable. El 60% de los empleados cuentan con una experiencia de entre 2 y 4 años en su campo, mientras que un 30% cuenta con entre 6 y 10 años, y un 10% tiene más de 10 años. Esto muestra una base de trabajadores con experiencia intermedia, lo que podría simplificar la incorporación de nuevas ideas y prácticas vanguardistas dentro de la entidad.

Tiempo de servicio

La duración del servicio en la institución constituye un indicador relevante del compromiso y la fidelidad hacia la cooperativa. Según los datos, un 35% de los encuestados ha trabajado en la cooperativa durante un periodo que oscila entre 6 y 10 años, mientras que un 25% posee más de 10 años de antigüedad. Esta prolongada permanencia sugiere que numerosos empleados han adquirido una comprensión profunda de la misión y visión de la organización, lo cual es vital para fomentar una cultura organizacional robusta.

En contraste, el 20% de los encuestados tiene menos de 2 años de experiencia en la cooperativa. Este grupo puede estar aún en proceso de familiarización con la cultura organizativa y podría beneficiarse notablemente del apoyo de sus colegas más veteranos. La integración exitosa de nuevos empleados es crucial para garantizar que se sientan parte del equipo y tengan la capacidad de contribuir al comportamiento innovador desde el comienzo de su trayectoria profesional.

Área que pertenece

En el estudio de la dimensión denominada “Área a la que pertenece”, que corresponde a la variable de información sociodemográfica, se señalan las distintas áreas ocupacionales en las cuales desarrollan su trabajo los/las encuestados/as de la muestra. Este análisis nos ofrece una imagen descriptiva de los participantes encuestados en el tipo de área que desempeñan en el seno de la organización. La categoría con más representatividad es la de “Talento Humano”, abarcando el 60% de la muestra. Este resulta es indicativo de una alta proporción de los/las encuestados/as involucrados/as en todo lo que concierne a la gestión del capital humano, lo que podría apuntar que es en el área de Talento Humano donde podría jugarse una buena parte de lo que deba suceder en la vida organizacional. El área de Talento Humano es importante porque se encuentra en capacidad de propiciar desarrollo profesional de forma directa, así como de mantener el bienestar de los/las trabajadores/as de la cooperativa, lo que podría ser favorable para el Comportamiento Innovador de la cooperativa.

La concurrencia de los participantes en áreas diversas como “Contabilidad” (15%), “Asesoría Jurídica” (10%) y “Marketing” (10%) es también significativa. La variedad de áreas funcionales resalta la complejidad de la organización y la atención que merecen considerarse las particularidades de cada área para un trabajo de estrategias de innovación. Por ejemplo, el

área de Contabilidad puede prestar interés al interno de la optimización de la gestión de los procesos, mientras que Marketing puede estar más centrada en la localización y respuesta a las tendencias del mercado.

A su vez, un 5% de las personas que respondieron a la encuesta trabaja en ámbitos como las “Operaciones” y la “Seguridad”, lo que indica que estas funciones también son pertinentes y pueden afectar al funcionamiento general de la cooperativa. La heterogeneidad de los ámbitos ocupacionales no sólo hace referencia a la estructura institucional, sino también pone de manifiesto que cada departamento puede contribuir a la innovación desde su propia cultura y con la especialización que sólo ellos pueden aportar.

El análisis del sector correspondiente a los empleados muestra que la mayor parte pertenece al sector de Talento Humano, que resulta ser una base para cimentar una cultura organizacional sólida. La heterogeneidad de las áreas ocupacionales en el ámbito de la Cooperativa Andina Ltda. Resalta que la integración de diferentes enfoques y habilidades ayuda a impulsar el Comportamiento Innovador y las opciones de mejora de los Procesos Organizacionales.

5.2 Análisis sobre los datos Sociodemográficos más relevantes

El análisis sociodemográfico revela información valiosa sobre la composición del personal en la Cooperativa Andina Ltda. En términos de género, hay una representación equilibrada con un 55% de mujeres y un 45% de hombres. Esta diversidad de género puede contribuir a una variedad de perspectivas y enfoques en el trabajo colaborativo, lo cual es esencial para fomentar un ambiente innovador.

Con respecto a la edad, el grupo más representado es el de los 30 a 39 años (32%), seguido por el grupo de entre 40 y 49 años (28%), lo cual sugiere un colectivo relativamente

maduro con una experiencia significativa, la cual puede facilitar la implementación de nuevas ideas a partir de conocimientos previos. A pesar de ello, también existe un porcentaje considerable (20%) de jóvenes (entre 20 y 29) que pueden aportar la frescura y la innovación a la organización.

El nivel educativo es también digno de mención: un 75% cuenta con educación superior, lo cual implica que los empleados de la cooperativa están bien preparados para hacer frente a los retos del entorno laboral actual. Esta formación puede facilitar la adopción de nuevas ideas, prácticas innovadoras en la cooperativa.

Por último, el tiempo de servicio muestra que un 35% ha trabajado entre 6 y 10 años en la cooperativa, lo cual puede denotar lealtad y compromiso con la cooperativa, lo cual es fundamental para desarrollar una cultura organizacional. No obstante, también hay un grupo significativo (20%) con menos de 2 años en la cooperativa, lo cual puede ser vista como una oportunidad para introducir nuevas interpretaciones, nuevas ideas.

En resumen, los datos sociodemográficos reflejan una fuerza laboral diversa en términos de etnia, género y edad, lo cual puede ser un activo importante para promover una Cultura Organizacional inclusiva y fomentar comportamientos innovadores dentro de la Cooperativa Andina Ltda. La combinación de experiencia y juventud, junto con una sólida educación, crea un entorno propicio para el desarrollo continuo e innovador.

Tabla 9

Información Demográfica

Variable	Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Género	Masculino	84	56,0
	Femenino	64	42,7
	Prefiero no decirlo	2	1,3
	Total:	150	100,0
Edad	Entre 20 a 29 años	26	17,3
	Entre 30 a 39 años	37	24,7

	Entre 40 a 49 años	48	32,0
	Entre 50 a 59 años	32	21,3
	Mas de 60	7	4,7
	Total:	150	100,0
Estado Civil	Soltero/a	30	20,0
	Casado/a	71	47,3
	Unión libre	23	15,3
	Divorciado/a	22	14,7
	Viudo/a	4	2,7
	Total:	150	100,0
Etnia	Mestizo	132	88,0
	Indígena	14	9,3
	Montubio	4	2,7
	Total:	150	100,0
Nivel de Estudio	Técnica/Instituto	9	6,0
	Superior Pregrado	45	30,0
	Maestría	81	54,0
	Doctorado	15	10,0
	Total:	150	100,0
Experiencia	Menos de 1 año	9	6,0
	1 a 5 Años	46	30,7
	6 a 10 Años	48	32,0
	11 a 15 Años	34	22,7
	Más de 15 Años	13	8,7
	Total:	150	100,0
Tiempo de servicio	Menos de un año	15	10,0
	1 a 5 Años	43	28,7
	6 a 10 Años	30	20,0
	11 a 15 Años	32	21,3
	Más de 15 años	30	20,0
	Total:	150	100,0

Tabla 10

Unidad de Adscripción de los trabajadores

Unidades	Frecuencia	Porcentaje
Asesoría Jurídica	6	4,0
Contabilidad	10	6,7
Gerencia General	8	5,3
Marketing	9	6,0

Operaciones	15	10,0
Seguridad	4	2,7
Talento Humano	17	11,3
Secretaria Y Servicios Generales	12	8,0
Tesorería	15	10,0
Unidad De Registros Integrales	14	9,3
Cumplimiento	11	7,3
Procesos	10	6,7
Tics	9	6,0
Revisoría	10	6,7
Total:	150	100,0

5.3 Resultados descriptivos y percepción obtenida de las variables

5.3.1. Cultura organizacional

Se presenta los resultados obtenidos sobre la percepción de los colaboradores respecto a la Cultura Organizacional de la cooperativa, con base en una escala de Likert (totalmente en desacuerdo, no estoy de acuerdo, neutro, de acuerdo y totalmente de acuerdo), de acuerdo con las interrogantes formuladas en la encuesta de 12 preguntas. Estos datos reflejan el grado de acuerdo de los empleados con respecto a la existencia y solidez de la cultura organizacional dentro de la entidad financiera, proporcionando un panorama sobre su compromiso y alineación con los valores institucionales.

Tabla 11

Percepción de Cultura Organizacional

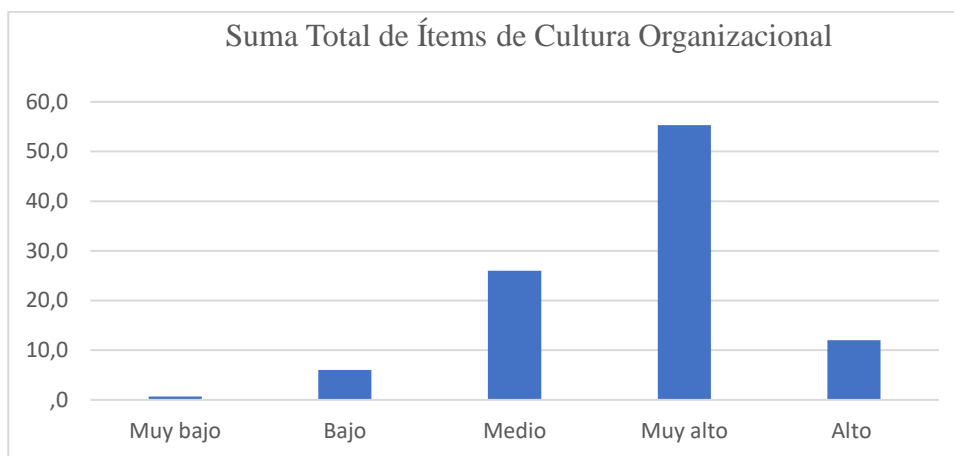
	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Muy bajo	1	0,7
	Bajo	9	6,0
	Medio	39	26,0
	Alto	83	55,3

	Muy alto	18	12,0
	Total	150	100,0
Total		150	100,0

Nota. Resultados del SPSS

Ilustración 3.

Baremación: Cultura Organizacional



En concordancia con los resultados obtenidos, se obtiene el valor “muy alto” en esta variable, con un porcentaje del 55,3%; lo que se traduce como un indicio de que los colaboradores están gestionando sus actividades bajo la evidente noción de una cultura organizacional solida dentro de la entidad financiera. Además de que la mayor parte de empleados se encuentran laborando dentro de un lapso de tiempo superior a un año; mismo que genera compromiso y experiencia por la Cultura Organizacional de la cooperativa.

5.3.2. Comportamiento Innovador

Se presentan los resultados obtenidos sobre la percepción de los colaboradores respecto al Comportamiento Innovador dentro de la cooperativa, estos datos permiten analizar el nivel de inclinación de los empleados hacia la generación y aplicación de ideas innovadoras en su entorno laboral, proporcionando una visión sobre el grado de creatividad y proactividad presente en la organización.

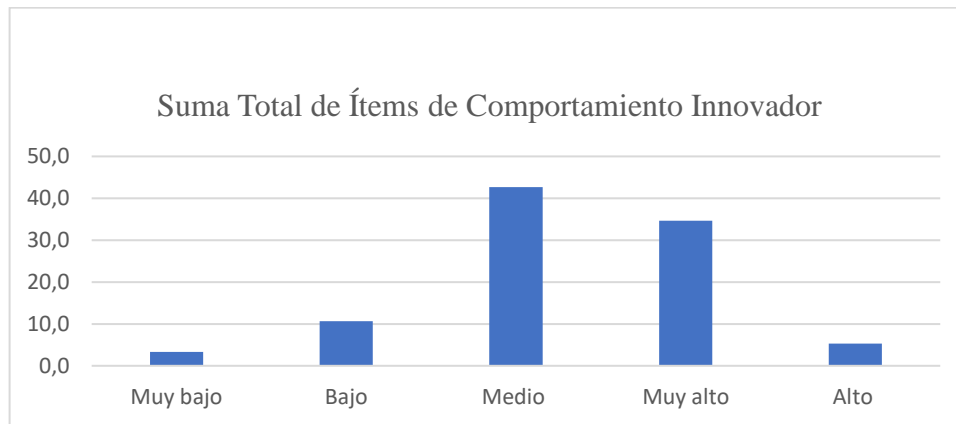
Tabla 12

Baremación de Comportamiento Innovador

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Muy bajo	5	3,3
	Bajo	16	10,7
	Medio	64	42,7
	Alto	52	34,7
	Muy alto	8	5,3
	Total		145
Total		150	100,0

Ilustración 4.

Frecuencias Comportamiento Innovador



En concordancia con los resultados, se obtiene el valor “medio” en esta variable, con un porcentaje del 42,7%; tienen un nivel de comportamiento innovador medio, lo que indica que las iniciativas del comportamiento innovador pueden estar involucradas en vías de crecimiento y desarrollo, pero también significa que sea débil, desde la dirección el comportamiento innovador debe afianzar estas prácticas para procurar un ambiente laboral activo en las prácticas innovadoras para alcanzar los objetivos organizacionales.

5.4 Correlación entre variables Cultura Organizacional y Comportamiento Innovador

Una vez determinadas las variables a partir de la suma de los ítems, se procedió a analizar la correlación entre ellas. Para este análisis se planteó el siguiente sistema de hipótesis.

- Ho: No existe correlación entre las variables Cultura Organizacional y Comportamiento Innovador en los trabajadores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andina Ltda cantón Latacunga.
- H1: Existe correlación entre las variables Cultura Organizacional y Comportamiento Innovador en los trabajadores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andina Ltda cantón Latacunga.

De acuerdo con el resultado obtenido, se rechaza la hipótesis nula, ya que p-valor es menor a 0,05, es decir, existe correlación entre Cultura Organizacional y Comportamiento innovador. Además, el coeficiente Rho de Spearman, muestra que esta correlación es positiva y moderada. Esto indica que un mayor desarrollo de Cultura Organizacional fomenta el incremento del Comportamiento Innovador, aunque la relación no es muy fuerte.

Tabla 13

Correlación entre las variables Cultura Organizacional y Comportamiento Innovador.

Coeficiente Rho de Spearman	p-valor
0.433	< 0.001

5.5 Correlación entre dimensiones

Partiendo del programa estadístico (SPSS), se plantea determinar el coeficiente de Spearman desde las diferentes dimensiones partiendo desde Cultura Organizacional hasta

relacionar con las dimensiones correspondientes a la variable Comportamiento Innovador, mismos que destacan 21 análisis; pero con 10 de alta significancia de correlación, que se visualizan a continuación:

Tabla 14

Correlación entre dimensión de Liderazgo Organizacional y dimensiones de Comportamiento Innovador

		Liderazgo Organizacional	
Rho de Spearman	Búsqueda de ideas	Coeficiente de correlación	,381**
		Sig. (unilateral)	,000
		N	150
	Involucrar a otros	Coeficiente de correlación	,359**
		Sig. (unilateral)	,000
		N	150

Nota. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (unilateral)

Correlación entre Liderazgo Organizacional y Búsqueda de Ideas

En esta relación de variables, de acuerdo con Spearman se obtiene un valor de 0.381; lo que indica una correlación positiva moderada. Un líder eficaz en una organización promueve un entorno en el que las ideas se desplazan de manera libre. Mediante la creación de un ambiente seguro y el fomento de la participación, los líderes motivan a sus equipos a crear nuevas soluciones y visiones. Se podría coordinar sesiones frecuentes de lluvia de ideas para que los trabajadores sugieran mejoras en los servicios o procedimientos.

Correlación entre Liderazgo Organizacional e Involucrar a otros

El coeficiente, de acuerdo con Spearman se obtiene un valor de 0.359; lo que indica una correlación positiva moderada. Los líderes exitosos comprenden que el triunfo de la organización se basa en la implicación de todos sus miembros. Al incluir a terceros en la toma de decisiones y la realización de proyectos, los líderes forman equipos más involucrados y estimulados. Asignar responsabilidades significativas a su equipo y solicitarles asistencia.

Tabla 15

Correlación entre Dimensión de Gestión de Empleados y Dimensiones de Comportamiento Innovador

		Gestión de Empleados	
Rho de Spearman	Búsqueda de ideas	Coeficiente de correlación	,424**
		Sig. (unilateral)	,000
		N	150
		Comunicación de ideas	Coeficiente de correlación
	Implementación de actividades de inicio	Coeficiente de correlación	,365**
		Sig. (unilateral)	,000
		N	148
		Involucrar a otros	Coeficiente de correlación

Nota. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (unilateral).

5.6 Correlación entre Gestión de Empleados y Búsqueda de ideas

De acuerdo con Spearman se obtiene un valor de 0.424; lo que indica una correlación positiva moderada. Una adecuada administración de empleados requiere generar un ambiente en el que los trabajadores se sientan apreciados y atendidos. Esto promueve la creación de

conceptos innovadores. La aplicación de cuestionarios de satisfacción entre los trabajadores podría contribuir a detectar áreas de mejora y generar nuevas propuestas.

5.7 Correlación entre Gestión de Empleados e Implementación de Actividades de Inicio

En esta relación de variables, de acuerdo con Spearman se obtiene un valor de 0.365; lo que indica una correlación positiva moderada. Es imprescindible que el gerente instruya a su equipo para que sean capaces de comenzar y ejecutar nuevos proyectos. Al brindar los recursos y el respaldo requeridos, los trabajadores se sentirán más confiados y estimulados para enfrentar nuevos retos. Proporcionar programas de formación en liderazgo y administración de proyectos podría contribuir a que los empleados mejoren estas competencias.

Tabla 16

Correlación entre dimensión de Unión de la Organización y dimensiones de Comportamiento Innovador

		Unión de la Organización	
Rho de Spearman	Generación de ideas	Coeficiente de correlación	,418**
		Sig. (unilateral)	,000
		N	150
	Búsqueda de ideas	Coeficiente de correlación	,536**
		Sig. (unilateral)	,000
		N	150
	Comunicación de ideas	Coeficiente de correlación	,456**
		Sig. (unilateral)	,000
		N	147

Implementación de actividades de inicio	Coefficiente de correlación	,432**
	Sig. (unilateral)	,000
	N	148
Involucrar a otros	Coefficiente de correlación	,419**
	Sig. (unilateral)	,000
	N	150
Superar Obstáculos	Coefficiente de correlación	,407**
	Sig. (unilateral)	,000
	N	150

Nota. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (unilateral).

5.8 Correlación entre Unión de la Organización y Generación de Ideas

En esta relación de variables, de acuerdo con Spearman se obtiene un valor de 0.418; lo que indica una correlación positiva moderada. Cuando los integrantes de una entidad tienen una visión conjunta, resulta más sencillo concebir ideas que favorezcan a todos. La planificación de eventos de integración que promuevan el sentimiento de pertenencia podría incentivar la creatividad y el trabajo en equipo.

5.9 Correlación entre Unión de la Organización y Búsqueda de Ideas

En esta relación de variables, de acuerdo con Spearman, se obtiene un valor de 0.536; lo que significa que existe una correlación positiva alta. Colaborando en equipo, los miembros que la componen pueden aportar diferentes visiones y saberes, lo que favorece la generación de ideas. La creación de complementariedades sería la vía para conseguir equipos de trabajo multidisciplinarios que permitan dar respuesta a esos retos específicos.

5.10 Correlación entre Unión de la Organización y Comunicación de Ideas

En esta relación de variables, siguiendo a Spearman, se puede llegar a un valor de 0.456. Esto indica que la relación es de correlación positiva moderada. Se considera importante la comunicación efectiva para que las ideas sean dadas a conocer y sean instrumentadas. La organización de instrumentos de comunicación interna, como intranets o plataformas de colaboración, podría incentivar el intercambio de ideas.

5.11 Correlación entre Unión de la Organización e Implementación de Actividades de Inicio

Mediante esta relación entre variables, y según Spearman, el coeficiente da como resultado 0.432; esto es, que la correcta relación que existe entre las variables puede considerarse de correlación positiva moderada. En la medida en que los miembros de una organización se encuentran alineados con los objetivos, llevar a cabo nuevos proyectos resulta más asequible. Comunicar de manera suficientemente clara la visión y la estrategia de la cooperativa puede ayudar a movilizar a los empleados hacia una meta común.

5.12 Correlación entre Unión de la Organización e Involucrar a Otros

En esta relación de variables, de acuerdo con Spearman se obtiene un valor de 0.419; lo que indica una correlación positiva moderada. Al incluir a todos los integrantes de la entidad en la toma de decisiones, se fomenta un sentimiento de pertenencia y dedicación. Promover reuniones generales para debatir asuntos relevantes podría incentivar la implicación de los asociados.

5.13 Correlación entre Unión de la Organización y Superar Obstáculos

En esta relación de variables, de acuerdo con Spearman se obtiene un valor de 0.407; lo que indica una correlación positiva moderada. Cuando una entidad colabora en equipo,

resulta más sencillo vencer los retos y lograr los objetivos. Promover una cultura de constante aprendizaje y resiliencia podría asistir a la cooperativa en la adaptación a las variaciones del mercado y vencer cualquier impedimento.

5.14 Análisis de Componentes Principales

El ACP permitió reducir las dimensiones de las variables relacionadas a la Cultura Organizacional y al Comportamiento innovador, al disminuir de 12 y 23 ítems, respectivamente, a un par de variables que resumen la información contenida en estos. La importancia del ACP radica en que este método asigna más peso a los ítems que realmente explican la varianza y menos a los que aportan menos información. Esto se traduce en una mejor representatividad de la estructura de los datos.

En la tabla se muestra el resultado al aplicar el ACP en los ítems que medían la Cultura Organizacional. Se presentan solo los autovalores que son mayores a uno. Estos cuatro factores principales explicaron 62,65% de la varianza total. Con esto factores se creó una nueva variable resumen de la información del Cultura Organizacional, a través de una combinación lineal de los puntajes factoriales, ponderados por la varianza explicada de cada factor.

Posteriormente, se analizó la correlación entre esta nueva variable y la suma de los puntajes de los ítems. Este análisis muestra en la Tabla 18. Correlación entre la variable resumen Cultura Organizacional y la suma de los ítems que miden esta variable.

Tabla 17*Varianza total explicada del Cultura Organizacional por los Factores de ACP*

Componente	Autovalores iniciales		
	Total	% de varianza	% acumulado
1	4,371	36,427	36,427
2	1,333	11,112	47,539
3	1,105	7,829	55,368
4	1,003	7,282	62,650

Nota. Análisis muestra

Como se observa en la tabla, existe una alta correlación positiva entre la variable resumen y la suma de los ítems que miden la Cultura Organizacional. Esta correlación es significativa, ya que el p-valor es menor a 0,05. Estos resultados indican que la variable resumen representa adecuadamente la información contenida en los ítems originales.

Tabla 18.*Coficiente Rho de Spearman*

Coficiente Rho de Spearman	p-valor
0.926	< 0.001

Nota. p-valor es menor a 0,05

Por otra parte, el ACP con los ítems que miden la variable Comportamiento Innovador, arrojó los resultados que se muestran en la tabla, además se presentan solo los autovalores que son mayores a uno. Estos siete factores principales explicaron 62,943% de la varianza total. Con esto factores se creó una nueva variable resumen de la información del Comportamiento

Innovador, a través de una combinación lineal de los puntajes factoriales, ponderados por la varianza explicada de cada factor.

Tabla 19

Varianza Total Explicada del Comportamiento Innovador por los Factores de ACP

Componente	Autovalores iniciales		
	Total	% de varianza	% acumulado
1	6,305	27,415	27,415
2	1,639	7,126	34,541
3	1,532	6,661	41,202
4	1,474	6,409	47,611
5	1,359	5,909	53,520
6	1,090	4,738	58,258
7	1,078	4,685	62,943

Nota. Suma de los puntajes de los ítems

Se analizó la correlación entre esta nueva variable y la suma de los puntajes de los ítems. Este análisis muestra en la tabla, existiendo así una alta correlación positiva entre la variable resumen y la suma de los ítems que miden el comportamiento innovador. Esta correlación es significativa, ya que el p-valor es menor a 0,05. Estos resultados indican que la variable resumen representa adecuadamente la información contenida en los ítems originales.

Tabla 20

Correlación entre la variable resumen Comportamiento Innovador y la suma de los ítems que miden esta variable.

Coeficiente Rho de Spearman	p-valor
0.879	< 0.001

Nota. p-valor es menor a 0,05

Para tener una mejor visión de los factores que pueden estar asociados a esta relación, se realizó un Análisis de Correspondencias, entre las variables resumen Cultura Organizacional, y Comportamiento Innovador. Para ello, se procedió a categorizar las variables resumen, en cinco niveles: “Muy Bajo”, “Bajo”, “Medio”, “Alto” y “Muy Alto”, utilizando los quintiles como criterio de clasificación. En la tabla se muestran los resultados del análisis.

Tabla 21

Resumen del Análisis de Correspondencia

Dimensión	Valor singular	Inercia	Chi cuadrado	P	p	Proporción de inercia	
						Contabilizado	Acumulado
1	0,299	0,89				0,451	0,451
2	0,258	0,67				0,337	0,788
3	0,171	0,29				0,147	0,935
4	0,114	0,13				0,065	1,000
Total		0,198	28,719	0,026		1,000	

Nota. el valor singular 0,258

El valor singular 0,299 indica que la primera dimensión es la más relevante en este análisis y captura una porción significativa de la variabilidad entre las categorías. Su inercia

de 0,451 refleja que la dimensión explica el 45,1% de la variabilidad total observada en el modelo.

Por otra parte, el valor singular 0,258 indica una importancia relevante de la segunda dimensión, pero menor en comparación con la dimensión 1. La inercia de 0,337 indica que esta dimensión explica un 33,7% adicional de la variación total, siendo la segunda más importante en el análisis.

De esta manera, las dos primeras dimensiones explican el 78,8% de la variabilidad en las relaciones entre las categorías, lo que indica que el gráfico de correspondencias con estas dos dimensiones representa adecuadamente la estructura de asociaciones entre las categorías.

La prueba de Chi-cuadrado evalúa la significancia de la asociación entre las categorías de las variables incluidas en el análisis. El valor $p = 0.026$ indica que la asociación entre las variables es estadísticamente significativa al nivel del 5%. Esto implica que las asociaciones entre las categorías de las variables en el Análisis de Correspondencias son significativas.

A continuación, se incluye en el análisis las categorías de las variables Nivel de Estudio y Tiempo de Servicio, para tener una visión más completa de los factores que pueden estar asociados a la relación entre la Cultura organizacional y el comportamiento innovador. En la figura se muestra el gráfico que permite visualizar estas relaciones.

En la Ilustración 5 se observa que a la izquierda del gráfico se asocian las categorías “Muy Alto” de Cultura Organizacional, “Muy Alto” de Comportamiento Innovador, y trabajadores con 10 a 15 años. Esto sugiere que los empleados con más experiencia tienden a percibir mejor la cultura organizacional y reportar comportamientos innovadores más altos.

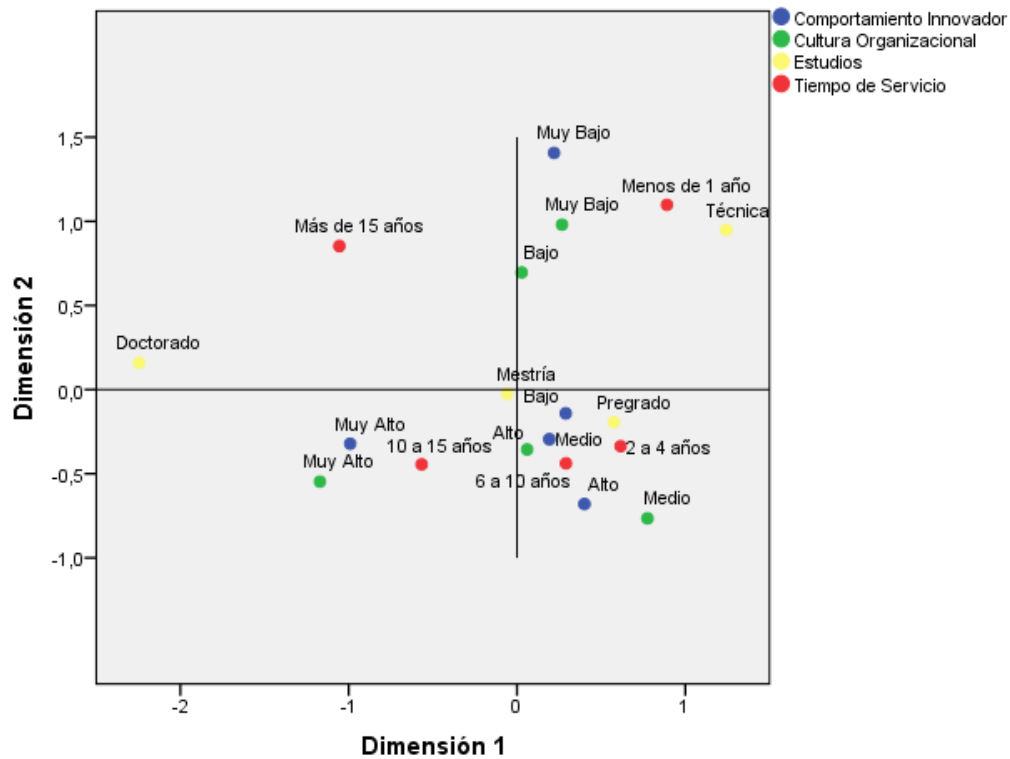
En la parte superior derecha del gráfico las categorías “Muy Bajo” de Cultura Organizacional, así como de Comportamiento Innovador, “Técnica” de Nivel Educativo y trabajadores con menos de

1 año de servicio, están fuertemente asociadas. Esto indica que los trabajadores con menor formación y menos experiencia tienen percepciones más bajas tanto de Cultura Organizacional como de Comportamiento Innovador.

Por su parte, las categorías “Pregrado” y “Maestría”, así como los trabajadores con 6 a 10 años están asociados con percepciones promedio de Cultura Organizacional como de Comportamiento Innovador. Esto parece reflejar un nivel de conformidad con la cultura de la empresa, así como menor entusiasmo innovador que el mostrado por trabajadores con más antigüedad o estudios de Doctorado.

Ilustración 5.

Mapa de Correspondencias entre Cultura Organizacional, Comportamiento Innovador, Nivel de Estudio y Tiempo de Servicio.



En la Ilustración 6 se observa que las categorías "Muy Alto" y "Alto" de Cultura Organizacional y "Muy Alto" de Comportamiento Innovador están cercanas a la Tesorería y la Gerencia General, indicando que estas unidades están asociadas con percepciones positivas tanto de Innovación como de Cultura Organizacional.

Esto puede reflejar que estas áreas tienen un entorno más favorable para la innovación o mejores prácticas organizacionales.

Las categorías de "Muy Bajo" tanto de Cultura Organizacional como de Comportamiento Innovador, están asociadas con áreas como Secretaría, Revisoría, Cumplimiento Tics, lo que indica que estas unidades tienen percepciones menos favorables sobre la cultura de la empresa y la innovación. Esto podría reflejar limitaciones estructurales o un entorno menos propicio para la innovación.

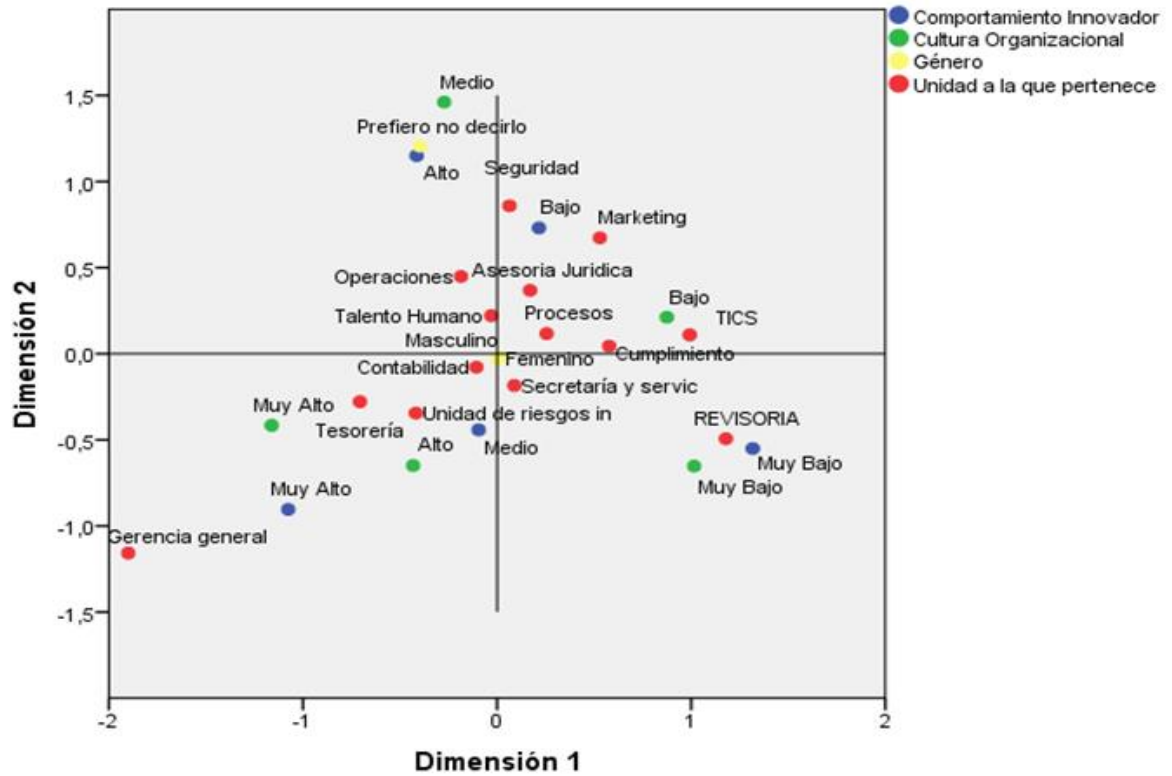
Categorías como Marketing y Seguridad están más cercanas al centro del gráfico, indicando que tienen percepciones más o menos diferenciadas en cuanto a Cultura Organizacional y Comportamiento Innovador.

En cuanto al género, las categorías Masculino y Femenino se encuentran cerca del centro del gráfico, lo que indica que no tienen una asociación clara con niveles altos o bajos de las variables analizadas, como Cultura Organizacional o Comportamiento Innovador. Esto sugiere que el género no es un factor diferenciador significativo en este contexto. Sin embargo, las personas que prefirieron no declarar su género, están ligeramente alejadas del centro del gráfico, más próximas a categorías como "Medio" y "Alto" en Cultura Organizacional y

Comportamiento Innovador, respectivamente. Esto sugiere que tienen percepciones algo más definidas y positivas en comparación con las categorías Masculino y Femenino.

Ilustración 6.

Mapa de Correspondencias entre Cultura Organizacional, Comportamiento Innovador, Género, Unidad a la que pertenece.



6. DISCUSIÓN

Los resultados de esta investigación indican una correlación positiva y moderada entre la Cultura Organizacional y el Comportamiento Innovador (Rho de Spearman = 0.433, $p < 0.001$). Esto sugiere que una cultura organizacional bien definida puede influir en la disposición de los empleados para generar y aplicar ideas innovadoras dentro de la cooperativa. Sin embargo, esta relación es menos fuerte que la reportada por Cofre y Tandalla (2023) en su estudio sobre la Cooperativa Sumak Samy, donde encontraron una correlación más alta (0.652, $p < 0.02$), lo que indica que en esa institución la cultura organizacional tiene un impacto más significativo en la innovación.

Por otro lado, los hallazgos de Ordoñez y Castillo (2024) en la cooperativa mostraron una correlación positiva de 0.455 entre ambas variables, un valor que es similar al obtenido en la Cooperativa Andina Ltda. y la Cooperativa Sumak Samy. Esto sugiere que la fuerza de la relación entre la Cultura Organizacional y el Comportamiento Innovador puede variar según el contexto organizacional y los factores internos de cada cooperativa.

Al analizar las dimensiones específicas de la cultura organizacional en la Cooperativa Andina Ltda., se observó que las áreas de Tesorería y Gerencia General mostraron los niveles más altos de percepción sobre la Cultura Organizacional y el Comportamiento Innovador. En contraste, áreas como Secretaría, Revisoría y Cumplimiento TICs presentaron niveles más bajos. Este mismo patrón se evidenció en la Cooperativa Occidental (Ordoñez & Osorio, 2024), donde se encontraron diferencias significativas entre los departamentos, subrayando que los niveles de liderazgo y autonomía influyen en la adopción de comportamientos innovadores.

En cuanto a los factores sociodemográficos, los hallazgos de esta investigación muestran que los empleados con un nivel educativo más alto (Doctorado y Maestría) tienen una percepción más positiva de la cultura organizacional. Este resultado es coherente con lo que reportaron Cofre y Tandalla (2023), quienes encontraron que una formación académica superior está relacionada con una mayor disposición hacia la innovación. Sin embargo, a diferencia de la Cooperativa Sumak Samy, donde la antigüedad laboral no mostró una relación significativa con la innovación, en la Cooperativa Andina Ltda se observó que los empleados con más de diez años de experiencia mostraron una actitud más favorable hacia el Comportamiento Innovador. Esto sugiere que el tiempo de servicio puede influir en la confianza y la proactividad para implementar nuevas ideas.

Estos hallazgos subrayan la relevancia de potenciar la cultura organizacional como un elemento clave en la adopción de comportamientos innovadores dentro de las cooperativas. La

comparación con investigaciones anteriores valida que, aunque existe una relación positiva entre estas variables en diferentes contextos, la intensidad de dicha relación puede fluctuar según las estrategias de liderazgo, la estructura organizativa y los incentivos internos de cada institución.

7. ESTRATEGIAS

La matriz de estrategias presentada se fundamenta en un enfoque estratégico de acuerdo con las variables Cultura Organizacional y Comportamiento Innovador, para proponer soluciones efectivas en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andina Ltda. A continuación, se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 22

Tabla de estrategias

Estrategias	Objetivo	Acciones Propuestas	Indicadores de Medición	Responsable	Resultados Estadísticos Relacionados	Control
Programa de Liderazgo y Cultura Organizacional y Comportamiento Innovador	Alinear la cultura organizacional con la estrategia de la cooperativa, impulsando la innovación.	- Capacitación en liderazgo para gerentes y mandos medios. - Sesiones de alineación cultural y valores organizacionales.	% de líderes capacitados Nivel de percepción de la cultura organizacional	Gerente general y líderes de área.	Correlación positiva entre cultura organizacional y comportamiento innovador (p = 0.433, p < 0.001)	Evaluación semestral.
Espacios Colaborativos	Generar un ambiente que incentive la creatividad y resolución de problemas.	- Creación de "laboratorios de ideas" en cada unidad organizacional - Implementación de una plataforma de gestión de propuestas innovadoras.	Número de ideas implementadas % de empleados participantes	Departamento de Talento Humano.	Las áreas de Tesorería y Gerencia General muestran mayor comportamiento innovador. Áreas como Secretaría y TICs tienen niveles más bajos.	Revisión anual.
Sistema de Incentivos Simbólicos	Motivar a los empleados a generar e implementar ideas innovadoras.	- Bonificaciones o reconocimientos por ideas implementadas. - Evaluación del desempeño basada en la	% de empleados reconocidos por innovación Número de mejoras implementadas	Departamento de Talento Humano.	Los empleados con más de 10 años en la cooperativa tienen una actitud más favorable hacia la innovación.	Permanente.

		creatividad y resolución de problemas.				
Formación en Creatividad y Solución de Problemas	Mejorar la capacidad de los empleados para proponer soluciones innovadoras.	- Talleres de creatividad y pensamiento de diseño. - Formación en metodologías ágiles para la gestión de cambios.	% de empleados capacitados Evaluación de impacto de la formación	Gerente general y líderes de área.	Los trabajadores con educación de pregrado y maestría tienen una percepción más positiva de la cultura organizacional.	Monitoreo mensual.
Flexibilización de Procesos Organizacionales	Reducir las barreras estructurales que limitan la innovación.	- Diagnóstico de procesos burocráticos. - Creación de equipos de trabajo multidisciplinarios para proponer mejoras.	Número de procesos optimizados Tiempo promedio de implementación de cambios	Gerente general y líderes de área.	Las unidades de Marketing, Seguridad y Revisoría presentan menor comportamiento innovador y cultura organizacional	Mensual
Medición y Seguimiento	Evaluar el impacto de las estrategias en el tiempo.	- Encuestas periódicas sobre percepción de cultura organizacional. - Definición de KPIs de innovación.	% de mejora en indicadores de innovación Satisfacción de empleados con la cultura organizacional	Gerente general y líderes de área.	Indicadores que reflejen la evolución del clima de innovación en los trabajadores que laboran menos de un año.	Análisis semestral.

8. CONCLUSIONES

La investigación corroboró la presencia de una correlación moderadamente positiva entre la Cultura Organizacional y el Comportamiento Innovador en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andina Ltda., lo que indica que un ambiente organizacional robusto incide en la creación y uso de ideas creativas por los empleados, aunque la relación fluctúa dependiendo del sector organizacional.

La correlación entre las dimensiones y los elementos de las variables Cultura Organizacional y Comportamiento Innovador, descubrió que algunos elementos particulares de la cultura organizacional, como la independencia en la toma de decisiones y una comunicación eficaz, influyen de manera considerable en la tendencia hacia la innovación.

Esto demuestra la importancia de fortalecer estos componentes para incrementar los grados de innovación en todos los sectores de la cooperativa.

En consideración al análisis de percepciones de acuerdo al sexo de los empleados, no se detectaron diferencias notables en la percepción de Cultura Organizacional y Comportamiento Innovador entre hombres y mujeres.

Esto señala que ambos colectivos perciben y reaccionan de forma parecida a las circunstancias de la organización, lo que insinúa una igualdad en el fomento de la cultura organizacional en la cooperativa.

Por otra parte, el análisis de percepciones en función del nivel educativo de los empleados, los hallazgos revelaron que los trabajadores con grados de educación superior (Maestría y Doctorado) perciben la Cultura Organizacional de forma más positiva y demuestran una mayor predisposición a la innovación en comparación con aquellos con grados de educación más bajos.

Esto indica que la educación académica podría estar relacionada con un mayor entendimiento de la relevancia de la innovación en la organización.

Las percepciones en función del tiempo de servicio y la unidad de adscripción, mostró que los empleados con más antigüedad en la cooperativa muestran una postura más proactiva hacia la innovación. Se detectaron discrepancias entre las unidades organizativas, resaltando Tesorería y Gerencia General como las áreas con más alta percepción de Cultura Organizacional e innovación, mientras que Secretaría y Revisoría exhiben niveles más reducidos.

Esto subraya la relevancia de elaborar estrategias distintivas que fomenten de forma justa la innovación en toda la cooperativa.

9. RECOMENDACIONES

Es recomendable potenciar el liderazgo en la organización, promover programas de capacitación en liderazgo transformacional e innovación orientados a los cargos directivos y mandos intermedios, con el objetivo de fomentar una cultura empresarial que estimule la creatividad y el cambio. Además de sistemas de valoración y análisis constante acerca de la percepción de la Cultura Organizacional y el Comportamiento Innovador, lo que posibilita la modificación de las estrategias basándose en los resultados alcanzados.

Se recomienda la interacción interna para laborar tácticas de comunicación dentro de la organización que promuevan el intercambio de ideas y la claridad en la toma de decisiones, asegurando que todos los trabajadores se sientan atendidos e incentivados a involucrarse en procedimientos innovadores.

Puede recomendarse los programas de estímulos para establecer sistemas de reconocimiento y premios para los trabajadores que sugieran y lleven a cabo proyectos innovadores que brinden valor a la cooperativa, motivando un mayor compromiso con el perfeccionamiento constante.

Formación permanente en innovación en elaborar programas de capacitación en técnicas de innovación, solución de problemas y creatividad, diseñados para satisfacer las demandas de los diferentes niveles de la empresa, es decir, crear ambientes de colaboración y colaboración grupal que promuevan la incorporación de diversas áreas en la búsqueda de soluciones innovadoras y la mejora de procesos.

Ajustar estrategias de acuerdo al nivel de educación y experiencia en el trabajo, personalizar las tácticas de crecimiento y formación de acuerdo al nivel de educación y el tiempo de trabajo de los empleados, garantizando que todos los trabajadores tengan oportunidades justas.

10. BIBLIOGRAFÍA

- Alarcón Toabanda, P. E., & Naranjo Armijo, F. G. (2021). La cultura organizacional en las cooperativas de ahorro y crédito del Ecuador: revisión sistemática. *ITSJAPON A LA VANGUARDIA*, 14(3). Recuperado de <https://revistas.itsjapon.edu.ec/index.php/itsjaponalavanguardia/article/view/78>
- Alvarado, Ó., & Monroy del Castillo, R. (diciembre de 2013). Cultura Organizacional en una empresa propiedad de sus trabajadores. *Scielo*, 26(47), 259 - 283. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v26n47/v26n47a11.pdf>
- Antonic, B., & Hisrich, R. D. (2001). Intrapreneurship: Construct refinement and measurement. *Journal of Business Venturing*, 16(5), 495-507. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(00\)00058-2](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(00)00058-2)
- Araujo, A. (2 de julio de 2010). La cultura organizacional innovadora desde una perspectiva valorativa. *Redalyc*, 213-239. doi:<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545889010>
- Arias et al, L. (2019). Visión corporativa: un enfoque desde el liderazgo y la cultura organizacional para países en desarrollo de los últimos ocho años. *Revista Tambara*. Obtenido de https://tambara.org/wp-content/uploads/2018/12/5.VisCorporaCastro_Final.pdf
- Barrera, M. (2019). *La ética como herramienta de gestión en la cultura organizacional*. Bogotá. Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/10554/9350/1/tesis436.pdf>
- Cameron, K. S., & Quinn, R. E. (2020). *Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework*. Jossey-Bass.
- Cancino, V., & Vial, M. (marzo de 2022). Instrumento de evaluación de la cultura organizacional: revisión sistemática de su aplicación. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*(97), 107 - 126. doi:<https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.97.8>

- Castro, P., & Castillo, S. (junio de 2016). La evaluación de la formación en el comportamiento innovador. *Dspace UPS, XX(01)*, 66 - 67. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/13766>
- Charón, L. (2017). Importancia de la cultura organizacional para el desarrollo del sistema de gestión de la calidad. *Redalyc(05)*, 87 - 95. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1813/181315033009.pdf>
- Cofre, P., & Tandalla, K. (2023). *Cultura Organizacional y su influencia en el Comportamiento Innovador en el sector financiero*. Latacunga, Cotopaxi, Ecuador . Obtenido de <https://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/11151/1/PI-002504.pdf>
- Cóndor, L., & Almache, P. (2023). *La cultura organizacional y su impacto en el desempeño laboral en los trabajadores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Antonio de Toacaso en el periodo 2022 - 2023*. Latacunga: Universidad Técnica de Cotopaxi. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/10042>
- Cújar, A., Ramos, C., Hernández, H., & López, J. (16 de septiembre de 2013). Cultura organizacional: evolución en la medición. *Lica de Caprio*. Obtenido de https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/1720/HTML
- Delgado, J., & Sánchez, G. (2019). Caracterización de las ramas industriales en España según su comportamiento innovador. *Dialnet(44)*, 1 - 22. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=265809>
- De Jong, J. P. J., & Den Hartog, D. N. (2010). Measuring innovative work behavior. *Creativity Research Journal*, 22(1), 42-54. <https://doi.org/10.1080/10400410903484980>
- Duque, J. (2015). *Cultura organizacional e innovación: Una revisión de la literatura*. Eafit. Recuperado de <https://repository.eafit.edu.co/server/api/core/bitstreams/098e8f30-62cc-4ac1-87b1-181192031b81/content>

- Eskiler et al. (2016). La cultura organizacional y el comportamiento innovador para servicios de deportes en turismo. *Sciendo*. Obtenido de <https://intapi.sciendo.com/pdf/10.1515/pcsr-2016-0007>
- Flores, M. (2015). La innovación como cultura organizacional sustentada en procesos humanos. *Redalyc*, XX(70), 355 - 371. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/290/29040281010.pdf>
- Freire, P. (2015). *La cultura organizacional y su influencia en el comportamiento innovador del Hospital General II "Libertad"*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil. Obtenido de <http://204.199.82.243:8080/bitstream/handle/123456789/399/La%20cultura%20organizacional%20y%20su%20influencia%20en%20el%20comportamiento%20innovador%20del%20Hospital%20General%20II%20De%20Libertad%20de%20la%20ciudad%20de%20Guayaquil.pdf?sequence=1&isAllow>
- Freire, P. (2015). *La cultura organizacional y su influencia en el comportamiento innovador del Hospital General II de la Libertad*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil. Obtenido de <http://biblioteca.uteg.edu.ec:8080/bitstream/handle/123456789/399/La%20cultura%20organizacional%20y%20su%20influencia%20en%20el%20comportamiento%20innovador%20del%20Hospital%20General%20II%20De%20Libertad%20de%20la%20ciudad%20de%20Guayaquil.pdf?sequence=1>
- Galván, E., Sánchez, Y., & Sánchez, M. (21 de enero de 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. *Dialnet*, 1 - 24. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8864350.pdf>

- Galván, E., Sánchez, Y., & Sánchez, M. (21 de enero de 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. *Dialnet*, 1 - 24.
doi:doi.org/10.21640/ns.v12i24.2221
- Gómez, D., & Sarsosa, K. (10 de noviembre de 2018). Características de la cultura organizacional y comunicación interna en una comercializadora de lácteos de Cali. *Scielo*, IX(17), 57 - 68.
Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/pepsi/v9n17/v9n17a06.pdf>
- González-Cruz, T. F., & Martínez-Jiménez, R. (2021). The role of organizational culture in fostering innovation: Evidence from cooperative organizations. *Journal of Organizational Change Management*, 34(2), 155-172.
- González-Limas et al, W. (2018). Revisión sistemática de las concepciones de cultura organizacional. *Universidad y Salud*, XX(02). doi:<https://doi.org/10.22267/rus.182002.123>
- González, A., & Fernández, E. (diciembre de 2020). La cultura de la organización en la gestión total de la calidad. *Redalyc*, IV(03), 99 - 114. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/260/26040307.pdf>
- Gutiérrez, S. (junio de 2016). Capital social, cultura organizacional, cultura innovadora y su incidencia en las. *Redalyc*, 119 - 136. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=51046653007>
- Guzmán, T. (2015). *Comportamiento innovador y compromiso de los empleados en las empresas del sector servicios: el caso de una PYME familiar en España*. Obtenido de <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/103570/TTCGP1de1.pdf>
- Hernández-Nieto, R. A. (2002). *Contribuciones al análisis estadístico*. Mérida, Venezuela: Universidad de Los Andes.

- Hitt, Ireland, & Hoskisson. (2015). *Administración Estratégica: competitividad y globalización: conceptos y casos*. México: Thomson Editores. Obtenido de https://www.bibliotecadigital.uchile.cl/discovery/fulldisplay?context=L&vid=56UDC_INST:56UDC_INST&tab=Everything&docid=alma991007444268203936
- Janssen, O. (2000). Job demands, perceptions of effort-reward fairness, and innovative work behavior. *Journal of Occupational Health Psychology*, 5(3), 252-266.
<https://doi.org/10.1037/1076-8998.5.3.252>
- Jareño, A. (2017). Factores que favorecen el comportamiento innovador de los trabajadores. *Dialnet*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=250819>
- Jiménez, G., & Cejas, M. (2023). Innovación y competitividad en las asociaciones de economía popular y solidaria de Cotopaxi: Binomio clave. *SIGMA*, 165-175.
doi:<https://doi.org/10.24133/xts6db65>
- Kast, F. (2003). *Administración en las organizaciones: enfoque de sistemas y contingencias* (Vol. 2). México: McGraw - Hill. Obtenido de https://brumario.usal.es/discovery/fulldisplay?vid=34BUC_USAL:VU1&search_scope=MyInst_and_CI&tab=Everything&docid=alma991006181269705773&context=L
- Kuratko, D. F., Hornsby, J. S., & Hayton, J. C. (2014). Corporate entrepreneurship: The innovative challenge for a new global economic reality. *Business Horizons*, 57(6), 703-715.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.07.001>
- Llanos, M. (2018). *Cultura organizacional de la calidad en Instituciones de Educación Superior*. Guayaquil: Senefelder. Obtenido de <https://www.itson.mx/publicaciones/Documents/tesis-doct/modelodecultura.pdf>
- Llanos, M., & Bell, R. (abril de 2018). La cultura organizacional: abordaje conceptual y delimitación de variables para su estudio. *EcoCiencia*, V(02). Obtenido de <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/download/60/49/92>

Lozano, L. (agosto de 2017). El talento humano, una estrategia de éxito en las empresas culturales.

Redalyc(60), 147 - 164. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/206/20606008.pdf>

Lozano, R. (2022). Barriers to innovation in cooperative organizations: A cultural perspective.

International Journal of Innovation Management, 26(1), 123-138.

Lukes, M., & Stephan, U. (2017). Medición de la innovación de los empleados: una revisión de las escalas existentes y el desarrollo de los inventarios de comportamiento innovador y apoyo a la innovación en distintas culturas. *emerald insight*, 23(01), 136 - 158.

doi:<https://doi.org/10.1108/IJEBR-11-2015-0262>

Luzuriaga, H. (2023). Histograma y distribución normal: Shapiro-Wilk y Kolmogorov Smirnov aplicado en SPSS. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*.

doi:<https://doi.org/10.56712/latam.v4i4.1242>

Madrigal-Torres, M., Villareal-Vasquez, A., & Martinez-Romero, M. (2017). Psychological capital and innovation: A study in the Mexican context. *Journal of Business Research*, 75, 226-233.

<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.07.012>

Martínez-Conesa, I., Soto-Acosta, P., & Palacios-Manzano, M. (2023). Organizational culture and its impact on innovation performance in financial cooperatives. *Technological Forecasting and Social Change*, 190, 122374.

Mena, D. (junio de 2019). La cultura organizacional, elementos generales, mediaciones e impacto en el desarrollo integral de las instituciones. *Scielo*(46).

doi:<https://doi.org/10.14482/pege.46.1203>

Mena, D. (14 de diciembre de 2019). La cultura organizacional, elementos generales, mediaciones e impacto en el desarrollo integral de las instituciones. *Redalyc*(46). Obtenido de

<https://www.redalyc.org/journal/646/64664303002/64664303002.pdf>

- Mena, D. (14 de diciembre de 2019). La cultura organizacional, elementos generales, mediciones e impacto en el desarrollo integral de las instituciones. *Redalyc*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/646/64664303002/64664303002.pdf>
- Molerio, O., Otero, I., & Nieves, Z. (2015). Aprendizaje y desarrollo humano. *Revista Iberoamericana de Educación*(44). Obtenido de <https://rieoei.org/historico/deloslectores/1901Perez.pdf>
- Mora, R., & Solis, M. (07 de febrero de 2020). Comportamiento innovador en individuos y grupos de trabajo: influencia del capital psicológico colectivo, la direccionalidad. *Scielo, II*(62), 1 - 33. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2020.1976>
- Naranjo-Valencia, J. C., Jiménez-Jiménez, D., & Sanz-Valle, R. (2016). Innovación y cultura organizacional: Un análisis empírico. *Revista de Administración*, 51(3), 211-224.
- Norena, D., Céliz, J., & Guevara, R. (2021). Influencia de los estilos de liderazgo en el comportamiento innovador de cadetes peruanos. *Revista Científica General José María Córdova, XIV*(33), 29-50. doi:<https://doi.org/10.21830/19006586.732>
- Norena, D., Céliz, J., & Guevara, R. (11 de agosto de 2021). Influencia de los estilos de liderazgo en el comportamiento innovador de cadetes peruanos. *Scielo, XIV*(33). Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1900-65862021000100029&script=sci_arttext
- OCDE (2005). Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data (3rd ed.). OECD Publishing.
- Oeij, P., Rus, D., & Pot, F. D. (2017). Work-related learning and innovative work behavior: A systematic literature review and future research agenda. *European Journal of Training and Development*, 41(5), 468-486. <https://doi.org/10.1108/EJTD-01-2017-0002>

- Ordoñez, B., & Osorio, L. (2024). *Cultura organizacional y comportamiento innovador en la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Occidental"*. Latacunga: Universidad Técnica de Cotopaxi. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/11930>
- Palafox, M., Jiménez, S., & Jacobo, C. (diciembre de 2019). La cultura organizacional como base para la permanencia en las organizaciones. *Scielo*(35). Obtenido de <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/rsan/n35/2528-7907-rsan-35-00198.pdf>
- Palella, S., & Martins, F. (2010). *Metodología de la investigación cuantitativa* (3ª ed.). Caracas, Venezuela: Editorial FEDEUPEL.
- Paredes, M. (Noviembre de 2014). *La cultura organizacional y el comportamiento organizacional de la empresa ecuatoriana de Matriceria Ecuamatriz Cia. Ltda, de ciudad de Ambato*. Obtenido de Repositorio Universidad Técnica de Ambato: <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/8421>
- Pinela, N., & Armijos, M. (23 de febrero de 2021). El compromiso laboral y el comportamiento innovador de los empleados: revisión de literatura. *Compendium: Cuadernos de Economía y Administración, IX*(01), 1 - 10. doi:<https://orcid.org/0000-0002-6935-6609>
- Pintos, M., & Martínez, F. (2019). Trabajo en equipo: de la teoría a la cultura institucional. *Dialnet*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6346258.pdf>
- Pizarro, K., & Martínez, O. (2020). Análisis factorial exploratorio mediante el uso de las medidas de adecuación muestral KMO y esfericidad de Barlett para determinar factores principales. *Dialnet*. doi:<https://doi.org/10.5281/zenodo.4453224>
- Prieto, M., Contreras, F., & Espinosa, J. (01 de junio de 2020). Liderazgo y comportamiento innovador del trabajador en personal administrativo de una institución educativa. *Scielo, XVII*(01). doi:<https://doi.org/10.15332/22563067.5540>

- Puerto, C. (2021). *Cultura organizacional*. Bogotá, Colombia: Universidad Militar Nueva Granada.
Obtenido de <http://hdl.handle.net/10654/39191>
- Quero, M. (2015). Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach. *Redalyc*, XVII(2), 248 - 252.
doi:<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99315569010>
- Romero Ramírez Antonio J. . Democracia y cultura organizacional en las cooperativas. El caso del cooperativismo de trabajo asociado andaluz. CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa* [en línea]. 2006, (54), 97-127[fecha de Consulta 27 de Enero de 2025].
ISSN: 0213-8093. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17405405>
- Robert, D. (2018). *Comportamiento organizacional e innovador*. Reino Unido. Obtenido de
https://www.academia.edu/download/40681526/Libro_de_Comportamiento_capitulo_sobre_las_emociones_y_la_personalidad.pdf
- Robles, P. (01 de diciembre de 2016). 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 . *Dialnet*, (2), 76-91. Obtenido de
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5896224.pdf>
- Rodríguez, C., & Romo, L. (junio de 2018). Relación entre cultura y valores culturales. *Redalyc*, 12 - 17. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=94427876003>
- Rodriguez, C., & Romo, L. (junio de 2018). Relación entre cultura y valores organizacionales. *Redalyc*(45), 12 - 17. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/944/94427876003.pdf>
- Rodríguez, R. (04 de mayo de 2015). La cultura organizacional un potencial activo estratégico desde la perspectiva de la administración. *Dialnet*, 67 - 92. Obtenido de
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3394655.pdf>

- Rodríguez, R. (2019). La cultura organizacional. Un potencial activo estratégico desde la perspectiva de la administración. *Redalyc*, *XII(22)*, 67 - 92. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/877/87722106.pdf>
- Romero, C. (2022). *Habilidades innovadoras y cultura organizacional en la empresa Professionals On Line SAC, Lima 2022*. Lima: Universidad César Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/127270/Romero_MCS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sáenz, I. (2024). *Comportamiento Innovador en la entidad financiera CACPECO Ltda*. Latacunga: Universidad Técnica de Cotopaxi. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/12114>
- Salas et al . (18 de diciembre de 2017). Efecto de la cultura organizacional en el rendimiento innovador de las PYMES de Cali. *Elsevier*, *8(18)*, 88 - 95. doi:<https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2017.11.006>
- Salessi, S. (2021). Comportamiento innovador en el trabajo: Análisis factorial confirmatorio de la Escala de Janssen. *Scielo*, *XXXI(01)*, 7 - 21. doi:<http://doi.org/10.16888/interd.2021.38.1.1>
- Salessi, S. (2021). Comportamiento innovador en el trabajo: Análisis factorial confirmatorio de la Escala de Janssen. *Scielo*, *XV(1)*, 7 - 21. Obtenido de <http://doi.org/10.16888/interd.2020.37.2.1>
- Sánchez, P., & Siles, B. (01 de febrero de 2023). Revisión de los conceptos de comportamiento innovador y comportamiento innovador en el trabajo. *Scopus*, *33(89)*, 99 - 116. doi:<http://dx.doi.org/10.15446/innovar.v33n89.107043>
- Sandoval, J. (diciembre de 2015). La teoría de las relaciones humanas: ¿un enfoque humanista real del trabajo? *Innovación en la Gestión(33)*, 29 - 39. Obtenido de

https://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/8025/teoria_relaciones_pr_e_til_33.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Silva, D. (05 de enero de 2017). La cultura organizacional, su importancia en el desarrollo de las empresas. *Dialnet*, *II*(02), 110 - 115. Obtenido de

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6057495.pdf>

Stephen, R. (2009). *Comportamiento Organizacional* (Vol. 10). (J. F. Dávila, Ed.) México: Person Educación. Obtenido de

https://www.academia.edu/107766323/Robbins_Comportamiento_organizacional

Vorecol. (2024). ¿Cuál es la relación entre la cultura organizacional y la innovación en las empresas?

Recuperado de <https://vorecol.com/es/articulos/articulo-cual-es-la-relacion-entre-la-cultura-organizacional-y-la-innovacion-en-las-empresas-121098>

Yopan, J., Plamero, N., & Santos, J. (20 de octubre de 2020). Cultura Organizacional. *Redalyc*,

II(20). Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=588663787016>

11.ANEXOS

Anexo 01

Instrumento de Cultura Organizacional y Comportamiento Innovador

Variables	Dimensión o constructo	Ítems
Cultura Organizacional (Cameron y Quinn 1999)	Liderazgo Organizacional	1. La jefatura de mi área de trabajo ejerce un liderazgo que es ejemplo por el desarrollo de sus colaboradores (orienta, brinda dirección y consejo, apoya y facilita el trabajo de sus colaboradores. 2. El liderazgo de mi área de trabajo ejemplifica el ser emprendedor, innovador y arriesgado. 3. El liderazgo de mi área de trabajo ejemplifica cierta agresividad, con propósito y gran orientación a resultados. 4. El liderazgo de mi área de trabajo se caracteriza por brindar ejemplo de eficiencia, coordinación y organización.
	Normas culturales pasivas o defensivas	5. En mi área de trabajo, el estilo para gestionar a los empleados se caracteriza por el trabajo en equipo, el consenso y la participación. 6. En mi área de trabajo, el estilo para gestionar a los empleados se caracteriza por la libertad, por permitir y reconocer la toma de riesgos y la innovación.

	6. Busco nuevas ideas de otras personas para tratar de implementar las mejores.
Comunicación de ideas	7. Cuando tengo una nueva idea, trato de persuadir a mis colegas. 8. Cuando tengo una nueva idea, trato de obtener el apoyo de la gerencia. 9. Trato de mostrar a mis colegas los lados positivos de las nuevas ideas. 10. Cuando tengo una idea nueva, trato de involucrar a las personas que pueden colaborar en ella.
Implementación de actividades de inicio	11. Desarrollo planes y cronogramas adecuados para la implementación de nuevas ideas. 12. Busco y aseguro los fondos necesarios para la implementación de nuevas ideas 13. Para la implementación de nuevas ideas busco nuevas tecnologías, procesos o procedimientos.
Involucrar a otros	14. Cuando surgen problemas durante la implementación, los pongo en manos de aquellos quien puede resolverlos. 15. Trato de involucrar a los tomadores de decisiones clave en la implementación de una idea. 16. Cuando tengo una nueva idea, busco personas que sean capaces de impulsarla.
Superando obstáculos	17. Soy capaz de superar obstáculos persistentemente cuando implemento una idea 18. No me doy por vencido incluso cuando otros dicen que no se puede hacer 19. Por lo general, no termino hasta que logro la meta. 20. Durante la implementación de la idea, soy capaz de persistir incluso cuando el trabajo no va bien en este momento.

Productos de innovación	<p>21. A menudo tuve éxito en el trabajo al implementar mis ideas y ponerlas en práctica.</p> <p>22. Muchas cosas que se me ocurrieron se utilizan en nuestra organización.</p> <p>23. Cada vez que trabajaba en algún lugar, mejoraba algo allí.</p>
-------------------------	---

Anexo 02

Instrumento para la evaluación de la validez de contenido del cuestionario, a través de juicio de expertos.

Estimado experto:

Es un honor presentar para su evaluación el instrumento diseñado para medir la Cultura Organizacional y el Comportamiento Innovador de los trabajadores de la cooperativa de ahorro y crédito Andina, en la ciudad de Latacunga. A continuación, se detalla la estructura y fundamentación del cuestionario, el cual ha sido elaborado con base en sólidos criterios teóricos y metodológicos. El instrumento consiste en un cuestionario estructurado compuesto por 43 ítems, distribuidos de la siguiente manera:

8 ítems destinados a la recolección de información demográfica, lo que permite contextualizar las respuestas según variables como edad, género, nivel educativo y posición dentro de la cooperativa.

12 ítems orientados a evaluar la Cultura Organizacional, los cuales exploran dimensiones clave como los valores compartidos, el clima organizacional, la comunicación interna y la cohesión entre los miembros de la organización.

23 ítems enfocados en medir el Comportamiento Innovador, abarcando aspectos relacionados con la generación, promoción e implementación de ideas nuevas en el entorno laboral.

La elección de este cuestionario se fundamenta en la necesidad de obtener una visión integral de cómo la cultura organizacional se relaciona con el comportamiento innovador de los trabajadores en esta entidad financiera.

Evalúe cada ítem en una escala de 1 a 5, donde 1 indica un nivel deficiente y 5 un excelente grado de adecuación, teniendo en consideración lo siguiente:

- Verificar que el ítem esté alineado con la definición y el marco teórico del constructo que se pretende medir (ya sea Cultura Organizacional o Comportamiento Innovador).
- Evaluar que el lenguaje utilizado sea claro, directo y comprensible para la población objetivo.
- Determinar si el ítem representa adecuadamente la dimensión que se desea medir y si es pertinente para el propósito del estudio.

Puede acceder al cuestionario mediante el siguiente enlace:

https://docs.google.com/forms/d/13BqDI9oOc7B-86-gwant8n26oS_meEd7Xdd0ZmB_arU/viewform?edit_requested=true

Agradecemos de antemano su tiempo y consideración para evaluar este instrumento, y quedamos atentos a cualquier comentario o sugerencia que contribuya a su perfeccionamiento.

Atentamente,

Mayorga Paredes Erika Monserrath

Mendoza Bermeo Kenia Alexandra

Por favor marque con una “x” la casilla correspondiente a su evaluación

Variable: Cultura Organizacional						
Ítem	Calificación					Observación
	1	2	3	4	5	
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
Variable: Comportamiento Innovador						
Ítem	1	2	3	4	5	Observación
1						
2						
3						
4						
5						
6						

7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						

Observación General: