

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS MAESTRÍA EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

---

**Tema:** “El Compromiso Organizacional en la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua”

---

Trabajo de Investigación, previo a la obtención del Grado Académico de Magíster en  
Gestión del Talento Humano

**Autor:** Ingeniera, María Isabel Fernández Hidalgo

**Director:** Ingeniero, Carlos Vinicio Mejía Vayas, Magíster

**AMBATO – ECUADOR**

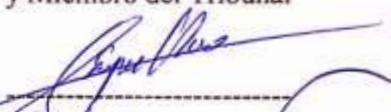
**2018**

A la Unidad Académica de Titulación de la Facultad Ciencias Administrativas

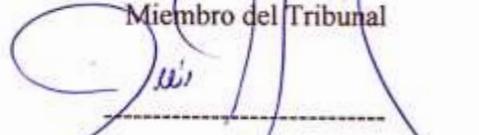
El Tribunal receptor del Trabajo de Titulación, presidido por el Ingeniero Ramiro Patricio Carvajal Larenas, Dr. e integrado por los señores Economista Ángel Enrique Chico Frías, Magíster; Ingeniero, Danilo Javier Altamirano Analuisa, MBA; Ingeniero, Washington Marcelo Gallardo Medina, Magíster, designados por la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato, para receptor el Informe Investigación con el tema: “EL COMPROMISO ORGANIZACIONAL EN LA ASOCIATIVIDAD DEL SECTOR DE LIMPIEZA DE LA CÁMARA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA DE TUNGURAHUA”, elaborado y presentado por la Ingeniera María Isabel Fernández Hidalgo, para optar por el Grado Académico de Magíster en Gestión del Talento Humano; una vez escuchada la defensa oral del Trabajo de Titulación, el Tribunal aprueba y remite el trabajo para uso y custodia en las bibliotecas de la UTA.



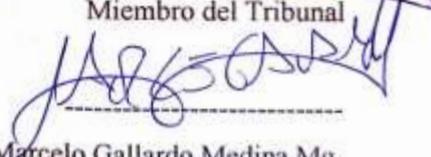
Ing. Ramiro Patricio Carvajal Larenas, Dr.  
Presidente y Miembro del Tribunal



Eco. Ángel Enrique Chico Frías, Mg  
Miembro del Tribunal



Ing. Danilo Javier Altamirano Analuisa, MBA  
Miembro del Tribunal



Ing. Washington Marcelo Gallardo Medina, Mg.  
Miembro del Tribunal

## **AUTORÍA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

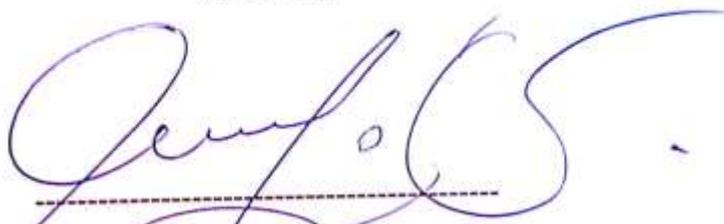
La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en Trabajo de Investigación, presentado con el tema: “EL COMPROMISO ORGANIZACIONAL EN LA ASOCIATIVIDAD DEL SECTOR DE LIMPIEZA DE LA CÁMARA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA DE TUNGURAHUA”, le corresponde exclusivamente a la Ingeniera María Isabel Fernández Hidalgo Autora bajo la Dirección de Ingeniero, Carlos Vinicio Mejía Vayas, Magíster, Director del Trabajo de Investigación, y el patrimonio intelectual a la Universidad Técnica de Ambato.



Ingeniera, María Isabel Fernández Hidalgo

*c.c.:1803443264*

**AUTORA**



Ingeniero, Carlos Vinicio Mejía Vayas, Magíster

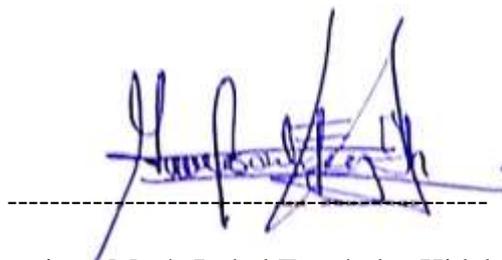
*c.c.:0400730693*

**DIRECTORA**

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que el Trabajo de Titulación, sirva como un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos de mi trabajo, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este, dentro de las regulaciones de la Universidad.



Ingeniera, María Isabel Fernández Hidalgo

c.c.: 1803443264

**AUTORA**

## ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

Portada.....	i
AUTORÍA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.....	iii
DERECHOS DE AUTOR .....	iv
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....	v
ÍNDICE GENERAL DE TABLAS.....	x
ÍNDICE GENERAL DE GRÁFICOS .....	xii
AGRADECIMIENTO .....	xiv
DEDICATORIA .....	xv
RESUMEN.....	xvi
EXECUTIVE SUMMARY.....	xvii
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPITULO I.....	2
EL PROBLEMA .....	2
1.1 Tema de investigación.....	2
1.2 Problema .....	2
1.2.1 Contextualización.....	2
1.2.3 Análisis Crítico .....	3
1.2.4 Árbol de problemas .....	5
1.3 Prognosis.....	6
1.4 Formulación del problema .....	7
1.4.1 Directrices .....	7
1.5 Delimitación del objeto de Investigación.....	7
1.6 Justificación.....	8
1.7 Objetivos .....	9

1.7.1 Objetivo General .....	9
1.7.2 Objetivos Específicos.....	9
CAPITULO II .....	10
MARCO TEÓRICO.....	10
2.1 Antecedentes investigativos .....	10
2.2 Fundamentaciones.....	12
2.2.1 Fundamentación filosófica .....	12
2.2.3 Fundamentación Axiológica .....	12
2.2.4 Fundamentación epistemológica.....	13
2.2.5 Fundamentación legal .....	13
2.3 Categorías fundamentales .....	15
2.3.1 Constelación de ideas de la variable independiente.....	16
2.3.2 Constelación de ideas de la variable dependiente.....	17
2.4 Variable independiente.....	18
2.4.1 Comportamiento organizacional .....	18
2.4.2 Clima organizacional .....	19
2.4.3 Compromiso organizacional .....	22
2.5 Variable dependiente.....	28
2.5.1 Asociatividad.....	28
2.5.2 Sector asociativo en la SEPS.....	29
2.5.3 Componentes de la asociatividad .....	30
2.5.4 Beneficios al comprar a los actores de la EPS .....	31
2.5.5 Principios de la asociatividad -SEPS .....	32
2.5.6 Razones para asociarse.....	34
2.5.7 Características .....	34
2.5.8 Tipos de Asociatividad.....	36

2.5.9 Modelos de Asociatividad.....	37
2.5.10 La necesidad de una respuesta integral y las políticas para el sistema económico social y solidario.....	39
2.5.11 Competitividad.....	40
2.6 Hipótesis.....	40
2.7 Señalamiento de variables.....	41
CAPITULO III.....	42
MARCO METODOLÓGICO.....	42
3.1 Enfoque.....	42
3.1.1 Cualitativo.....	42
3.1.2 Cuantitativo.....	42
3.2 Modalidad básica de la investigación.....	43
3.2.1 De Campo.....	43
3.2.2 Bibliográfica.....	43
3.2.3 Documental.....	44
3.3 Nivel o tipo de investigación.....	44
3.3.1 Descriptivo.....	44
3.3.2 Correlacional.....	45
3.4 Operacionalización de variables.....	46
3.5 Técnicas e instrumentos.....	48
3.6 Población y Muestra.....	48
3.7 Plan de recolección de la Información.....	50
3.8 Plan de Procesamiento de la Información.....	50
CAPÍTULO IV.....	52
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	52
4.1 Análisis e interpretación del comportamiento organizacional.....	52

4.1 Análisis e interpretación de la asociatividad.....	67
4.3 Comprobación de hipótesis.....	79
4.4 Tipos de variables.....	79
4.4.1 Agrupación de datos.....	80
4.4.2 Desarrollo.....	80
4.4.3 Decisión.....	89
CAPÍTULO V.....	90
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	90
5.1 Conclusiones.....	90
5.2 Recomendaciones.....	92
6. CAPÍTULO VI.....	93
PROPUESTA.....	93
6.1 Datos informativos.....	93
6.2 Antecedentes de la propuesta.....	94
6.3 Justificación.....	95
6.4 Objetivos.....	96
6.4.1 Objetivo general.....	96
6.4.2 Objetivos específicos.....	96
6.5 Análisis de factibilidad.....	96
6.5.1 Factibilidad Operativa.....	96
6.5.2 Factibilidad técnica.....	97
6.6 Fundamentación.....	97
6.6.1 Fundamentación Legal.....	97
6.7 Modelo operativo.....	99
6.8 Desarrollo de la propuesta.....	100
6.8.1 Introducción.....	101

6.8.2 Alcance.....	101
6.8.3 Referencias normativas .....	101
6.8.4 Modelo del plan de acción estratégica para mejorar el compromiso organizacional en la asociatividad .....	102
6.8.5 Cronología de la planificación estratégica .....	112
6.9 Previsión de la evaluación.....	117
Bibliografía .....	118
ANEXOS .....	121

## ÍNDICE GENERAL DE TABLAS

<b>Tabla N° 1.</b> Tipos de Servicios .....	25
<b>Tabla N° 2.</b> Principios de la asociatividad -SEPS .....	33
<b>Tabla N° 3.</b> Razones para asociarse .....	34
<b>Tabla N° 5.</b> Operacionalización de la variable Independiente .....	46
<b>Tabla N° 6.</b> Operacionalización de la variable Dependiente .....	47
<b>Tabla N° 7.</b> Población .....	49
<b>Tabla N° 8.</b> Plan de Recolección de la Información .....	50
<b>Tabla N° 9.</b> Siento orgullo de trabajar en una empresa de alta reputación .....	52
<b>Tabla N° 10.</b> Estoy contento por como la empresa en la que trabajo me valora .	53
<b>Tabla N° 11.</b> Estoy orgulloso de la conciencia social y ecológica empresarial ...	54
<b>Tabla N° 12.</b> Me siento a gusto con la alta dirección y su manejo de la empresa	55
<b>Tabla N° 13.</b> Estoy satisfecho de cómo mis jefes directos me involucran en el trabajo.....	56
<b>Tabla N° 14.</b> Me motiva saber que puedo crecer profesionalmente .....	57
<b>Tabla N° 15.</b> En mi trabajo aprendo y desarrollo nuevas capacidades. ....	58
<b>Tabla N° 16.</b> Estoy de acuerdo de cómo se valora mi desempeño en la empresa.	59
<b>Tabla N° 17.</b> Siento que en mi empresa hay un buen manejo de las personas ....	60
<b>Tabla N° 18.</b> Siento que mi trabajo es reconocido por mis compañeros y jefes..	61
<b>Tabla N° 19.</b> Me siento conforme con que la recompensa de mi trabajo .....	62
<b>Tabla N° 20.</b> Importancia a los clientes. ....	63
<b>Tabla N° 21.</b> Buenas instalaciones existentes en la empresa .....	64
<b>Tabla N° 22.</b> La compañía maneja muy bien la comunicación.....	65
<b>Tabla N° 23.</b> Estoy tranquilo por trabajar en un ambiente seguro. ....	66
<b>Tabla N° 24.</b> Género .....	67
<b>Tabla N° 25.</b> Formación .....	68
<b>Tabla N° 26.</b> Oportuna información financiera.....	69
<b>Tabla N° 27.</b> Reportes para el control de sus recursos.....	70
<b>Tabla N° 28.</b> En la asociación se garantiza la equidad y democracias .....	71
<b>Tabla N° 29.</b> La estructura de un gobierno corporativo en la asociación .....	72
<b>Tabla N° 30.</b> Beneficios generados en la asociación .....	73
<b>Tabla N° 31.</b> La asociatividad mejorará las fuentes de empleo .....	74

<b>Tabla N° 32.</b> La asociatividad mejorará las condiciones de vida .....	75
<b>Tabla N° 33.</b> La asociatividad ha generado trabajo de manera equitativa .....	76
<b>Tabla N° 34.</b> La asociatividad ha permitido mejorar el poder de negociación ....	77
<b>Tabla N° 35.</b> Frecuencia se presentan en la asociación problemas.....	78
<b>Tabla N° 36.</b> Categorías de medición cualitativa y cuantitativa. ....	79
<b>Tabla N° 37.</b> Datos disponibles y procedimiento de cálculo del r de Pearson.....	81
<b>Tabla N° 38.</b> De Pearson calculada en el software estadístico. ....	87
<b>Tabla N° 39.</b> Coeficiente de correlación de Pearson y significado. ....	88
<b>Tabla N° 40.</b> Plan de acción .....	99
<b>Tabla N° 41.</b> Estrategias para mejorar la estructura organizacional .....	106
<b>Tabla N° 42.</b> Estrategia para mejorar la responsabilidad organizacional .....	107
<b>Tabla N° 43.</b> Estrategias para mejorar la motivación .....	108
<b>Tabla N° 44.</b> Técnicas para mejorar la comunicación y cooperación.....	109
<b>Tabla N° 45.</b> Estrategias para mejorar el liderazgo.....	110
<b>Tabla N° 46.</b> Estrategias para mejorar el ambiente físico de trabajo .....	111
<b>Tabla N° 47.</b> Cronología de la planeación estratégica .....	112
<b>Tabla N° 48.</b> Presupuesto .....	117
<b>Tabla N° 49.</b> Previsión de la evaluación .....	117

## ÍNDICE GENERAL DE GRÁFICOS

<b>Gráfico N° 1.</b> Árbol de problemas .....	5
<b>Gráfico N° 2.</b> Categorías fundamentales.....	15
<b>Gráfico N° 3.</b> Constelación de ideas de la variable independiente .....	16
<b>Gráfico N° 4:</b> Constelación de ideas de la variable dependiente .....	17
<b>Gráfico N° 5.</b> Beneficios de la asociatividad .....	18
<b>Gráfico N° 6.</b> Consideraciones de un líder.....	19
<b>Gráfico N° 7.</b> Beneficios de la asociatividad .....	32
<b>Gráfico N° 8.</b> Competitividad .....	40
<b>Gráfico N° 9.</b> Género .....	67
<b>Gráfico N° 10.</b> Formación.....	68
<b>Gráfico N° 11.</b> Oportuna información financiera .....	69
<b>Gráfico N° 12.</b> Reportes para el control de sus recursos.....	70
<b>Gráfico N° 13.</b> En la asociación se garantiza la equidad y democracias .....	71
<b>Gráfico N° 14.</b> La estructura de un gobierno corporativo en la asociación .....	72
<b>Gráfico N° 15.</b> Beneficios generados en la asociación .....	73
<b>Gráfico N° 16.</b> La asociatividad mejorará las fuentes de empleo .....	74
<b>Gráfico N° 17.</b> La asociatividad mejorará las condiciones de vida .....	75
<b>Gráfico N° 18.</b> La asociatividad ha generado trabajo de manera equitativa.....	76
<b>Gráfico N° 19.</b> La asociatividad ha permitido mejorar el poder de negociación .	77
<b>Gráfico N° 20.</b> Frecuencia se presentan en la asociación problemas.....	78
<b>Gráfico N° 21.</b> Siento orgullo de trabajar en una empresa de alta reputación .....	52
<b>Gráfico N° 22.</b> Estoy contento por como la empresa en la que trabajo me valora .....	53
<b>Gráfico N° 23.</b> Estoy orgulloso de la conciencia social y ecológica empresarial	54
<b>Gráfico N° 24.</b> Me siento a gusto con la alta dirección y su manejo de la empresa .....	55
<b>Gráfico N° 25.</b> Estoy satisfecho de cómo mis jefes directos me involucran en el trabajo.....	56
<b>Gráfico N° 26.</b> Me motiva saber que puedo crecer profesionalmente .....	57
<b>Gráfico N° 27.</b> En mi trabajo aprendo y desarrollo nuevas capacidades .....	58

<b>Gráfico N° 29.</b> Estoy de acuerdo de cómo se valora mi desempeño de la empresa. .....	59
<b>Gráfico N° 30.</b> Siento que en mi empresa hay un buen manejo de las personas .	60
<b>Gráfico N° 31.</b> Mi trabajo es reconocido por mis compañeros y jefes. ....	61
<b>Gráfico N° 32.</b> Me siento conforme con que la recompensa de mi trabajo .....	62
<b>Gráfico N° 33.</b> Importancia a los clientes. ....	63
<b>Gráfico N° 34.</b> Buenas instalaciones en la empresa.....	64
<b>Gráfico N° 35.</b> La compañía maneja muy bien la comunicación .....	65
<b>Gráfico N° 36.</b> Estoy tranquilo por trabajar en un ambiente seguro. ....	66
<b>Gráfico N° 37.</b> Gráfica de correlación de Pearson. ....	89
<b>Gráfico N° 38.</b> Plan de acción estratégica.....	102

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a la Universidad Técnica de Ambato, específicamente a la Facultad de Ciencias Administrativas, por brindarme la oportunidad de formarme profesionalmente.

A mi madre e hija soportes incondicionales en el cumplimiento de mis objetivos de vida, a mi familia y a mi compañero de vida.

*María Isabel Fernández*

## **DEDICATORIA**

El proyecto de investigación dedico a Dios, por darme la capacidad intelectual para realizar el proyecto y dar un enfoque diferente a la economía del país.

*María Isabel Fernández*

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**MAESTRÍA EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO**

**TEMA:** “El Compromiso Organizacional en la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua”

**AUTOR:** Ingeniera, María Isabel Fernández Hidalgo

**DIRECTOR:** Ingeniero, Carlos Vinicio Mejía Vayas, Magíster

**FECHA:** mayo, 2018

**RESUMEN EJECUTIVO**

**RESUMEN**

El proyecto de investigación está relacionado al compromiso organizacional en la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y solidaria de Tungurahua. En la cual, se puede decir que el compromiso organizacional incide en la asociatividad ya que puede generar un buen o bajo desempeño laboral y no estar administrado correctamente en las organizaciones genera en los socios la deslealtad, el poco compromiso e identidad corporativa. Además, en ocasiones el socio puede percibir que no está gozando de beneficios simplemente se cambia a otra asociación que esté pasando por momentos agradables como puede ser un buen ambiente de trabajo. Desde la perspectiva, de la metodología se realizó una encuesta para la recolección de datos, posteriormente se tabulo, gráfico y se realizó el análisis e interpretación de resultados, en donde, se obtuvo lo siguiente: un 32,14% evidencia que la información financiera permite la adecuada toma de decisiones, con respecto a la equidad y democracia de cada uno de los miembros el 27,86% han manifestado que algunas veces se logra mantener la equidad en la institución. Desde el punto de vista de la asociatividad, el 33,57% piensan que algunas veces si se han presentado conflictos organizacionales y problemas en la asociación por lo que hay que identificar falencias que permitan reducir este tipo de aspecto. Con la finalidad de dar solución a la problemática se ha propuesto un Plan de acción estratégica para mejorar el compromiso organizacional en la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua. Contiene estrategias capaces de compartir valores, identificación con la misión y visión entre directivos y socios, desarrollar un excelente desempeño laboral, aplicar factores de trabajo en equipo, un buen clima organizacional y comunicación empresarial, con el objetivo de alcanzar un alto grado de satisfacción y convivencia empresarial.

**Palabras clave:**

COMPROMISO, ORGANIZACIÓN, ASOCIATIVIDAD, LIMPIEZA, ECONOMÍA, MOTIVACIÓN, SOLUCIÓN DE CONFLICTOS, ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA, PRINCIPIOS SOLIDARIOS, TRABAJO ASOCIATIVO.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**MAESTRÍA EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO**

**THEME:** “El Compromiso Organizacional en la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua”

**AUTHOR:** Ingeniera, María Isabel Fernández Hidalgo

**DIRECTED BY:** Ingeniero, Carlos Vinicio Mejía Vayas, Magister

**DATE:** 07 de mayo de 2018

**EXECUTIVE SUMMARY**

The research project is related to the organizational commitment in the associativity of the cleaning sector of the Chamber of Popular Economy and solidary of Tungurahua. In which, we can say that organizational commitment affects associativity because it can generate a good or poor job performance and not being properly managed in the organizations generates in the partners the disloyalty, the little commitment and corporate identity. In addition, sometimes the partner may perceive that he is not enjoying benefits simply change to another association that is going through pleasant moments such as a good work environment. From the perspective of the methodology, a survey was carried out for the data collection, afterwards the tabulation, graph and the analysis and interpretation of results was performed, where, the following was obtained: 32.14% evidenced that the financial information Allows adequate decision-making, with respect to equity and democracy of each of the members 27.86% have stated that sometimes it is possible to maintain equity in the institution. From the point of view of the associativity, 33.57% think that sometimes if there have been organizational conflicts and problems in the association so we must identify weaknesses that allow reducing this type of aspect. In order to solve the problem, a Strategic Action Plan has been proposed to improve the organizational commitment in the associativity of the cleaning sector of the Popular and Solidarity Economy Chamber of Tungurahua. It contains strategies capable of sharing values, identification with the mission and vision among managers and collaborators, developing an excellent work performance, applying factors of teamwork, a good organizational climate and business communication, with the aim of achieving a high degree of satisfaction and business coexistence.

**Keywords:** COMMITMENT, ORGANIZATIONAL, ASSOCIATIVITY, CLEANLINESS, ECONOMY, MOTIVATION, CONFLICT RESOLUTION, ECONOMY POPULAR Y SOLIDARY, SOLIDARISM PRINCIPIUM, ASSOCIATIVE WORK.

## INTRODUCCIÓN

El proyecto se enfocó en la investigación el compromiso organizacional en la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y solidaria de Tungurahua, está conformado por los siguientes capítulos:

**Capítulo I: EL PROBLEMA.** Contiene el tema de la investigación, contextualización, análisis crítico, prognosis, formulación del problema, delimitación, directrices, justificación y objetivos.

**Capítulo II: MARCO TEÓRICO.** Contiene antecedentes investigativos, la fundamentación filosófica, axiológica, epistemológica y legal. También categorías fundamentales y fundamentación teórica, esta última contiene temas relacionados a conceptos y definiciones de relacionadas al comportamiento organizacional, clima organizacional, comportamiento organizacional, con respecto a la variable dependiente se tiene la asociatividad, componentes, beneficios y características de la asociatividad. Finalmente se presenta la hipótesis y el señalamiento de variables.

**Capítulo III: METODOLOGÍA.** Contiene el enfoque de la investigación cualitativa y cuantitativa, modalidad de investigación y tipo de la investigación, población y muestra, operacionalización de variables, métodos de investigación, técnicas e instrumentos, plan y procesamientos de la información y validación del instrumento

**Capítulo IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN** Se presentan el análisis e interpretación de resultados de la encuesta aplicada, para luego realizar los cuadros estadísticos, gráficos de los diagramas de barras y la verificación de hipótesis, por el método de Pearson.

**Capítulo V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.** Se concluye que el comportamiento organizacional si influye en la asoicatividad de la empresa.

**Capítulo VI: PROPUESTA.** Contiene un Plan de acción estratégica para mejorar el compromiso organizacional en la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua.

# **CAPITULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1 Tema de investigación**

“El compromiso organizacional en la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y solidaria de Tungurahua”

### **1.2 Problema**

Deficiente compromiso organizacional en la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y solidaria de Tungurahua

#### **1.2.1 Contextualización**

El compromiso con la organización, es una manera deseable para favorecer el mejor desempeño en el trabajo y la aplicación de esfuerzos adicionales en la ejecución de las tareas. Además este es un papel muy importante que juega en favor de la organización (Böhrt, Romero, & Díaz, 2014).

Además el compromiso organizacional es un estado en el cual los colaboradores de la empresa se encuentran vinculados con la misma y buscan lograr lo mismos objetivos ya que se encuentran comprometidos con sus labores y en si con el desarrollo de la empresa (Garcia & Ibarra, 2012).

“La sensibilidad que tengan los directivos hacia las necesidades de los empleados de los establecimientos en cuanto personas, no sólo como profesionales, puede ser percibida positivamente por los empleados facilitando que libremente quieran elevar su nivel de compromiso” (Ruiz J. L., 2013).

Por su parte (Manzano, 2017), el compromiso es un tema de gestión de suma importancia que debe ser manejado por los directores empresariales ya que aquellos

lideran un grupo de personas que deben fomentar entre sus colaboradores, generando un ambiente y condiciones que permitan que el colaborador, se comprometan con la institución, con su misión, valores y su filosofía aún en situaciones adversas.

Realizando un análisis a nivel mundial se puede observar que “El compromiso de los empleados sigue aumentando gradualmente a nivel global, 1 punto por encima, en un 62%, mientras la economía sigue mejorando” (Aon Hewitt, 2015). El compromiso organizacional y la orientación al mercado, proporciona a las organizaciones un buen entendimiento de las necesidades de los trabajadores, clientes, competencia y ambiente del mercado, hecho que conlleva como consecuencia a un mejor desempeño de la organización (Ramos, Martínez, & Maldonado, 2009).

### **1.2.3 Análisis Crítico**

El compromiso organizacional cuando se denota ausente en las organizaciones genera en los socios la deslealtad el poco compromiso de sentirse dueño de la asociación a la que pertenece por lo que sí está gozando de beneficios se queda pero cuando la asociación pasa por momentos difíciles simplemente se cambia a otra asociación que esté pasando por momentos agradables como puede ser un trabajo (Böhrt, Romero, & Díaz, 2014).

Los socios en su gran mayoría de este tipo de asociaciones de servicios de limpieza tienen muy poco ánimo de crecer como personas viven en su zona de confort y a ellas les basta con tener un trabajo que supla su necesidad diaria, otra causa para el análisis es la baja autoestima en la que no se creen capaces de reconocer la importancia de su trabajo sino que al contrario lo ven como lo más degradante que puede hacer una persona esto conlleva a que el sentimiento de pertenencia a la asociación sea muy mínima ya que estas personas no asimilan los cambios de pasar a ser dueños socios de la organización y dejar de haber sido solo trabajadores (García & Ibarra, 2012).

Las causas que también tiene este sector es una ausencia cultural en donde se pelea por ocupar cargos directivos sin tener bases suficientes para dirigir una asociación como ente productivo y esto conlleva al efecto de que tengan una deficiente administración y como es obvio imaginar la pérdida de contratos y trabajos para sus asociados.

El escaso compromiso organizacional ha provocado que cada vez las instituciones pierda su jurisdicción y su segmento de mercado (lugares de empleo), ya que, muchas veces no cuentan con personal capaces de dirigir y llevar a las organizaciones hacia un nuevo modelo de desarrollo, pero inútil culpar solo a los líderes cuando los integrantes no se encuentran comprometido o no colaboran para lograr una mejora, como el caso del sector de la limpieza que se nota el deficiente compromiso por mejorar, ya que como se mencionó anteriormente una empresa, entidad o asociación no solo depende de contar con directivos comprometidos con la empresa sino también requiere de su personal que si se puede considerar es uno de los elementos primordiales ya que gracias a su ayuda la empresa se direcciona al éxito o al fracaso (Manzano, 2017).

Al ser las asociaciones de limpieza en su gran mayoría mujeres existe paradigmas que aunque parezca increíble aún existe en estos sectores en donde el hombre no permite que su mujer trabaje en ciertos casos y otros con pretextos burdos se ve el maltrato físico y psicológico que son víctimas las socias de estas organizaciones acarreado consigo conflictos familiares y sociales. Mismos que le impiden tratar de sobresalir en sus labores, mejorar e incluso buscar nuevas alternativas para su propio desarrollo, es aquí donde se debe realizar una gestión del talento humano acorde a las necesidades del sector, y así fortalecer el compromiso organizacional (Ramos, Martínez, & Maldonado, 2009)

### 1.2.4 Árbol de problemas

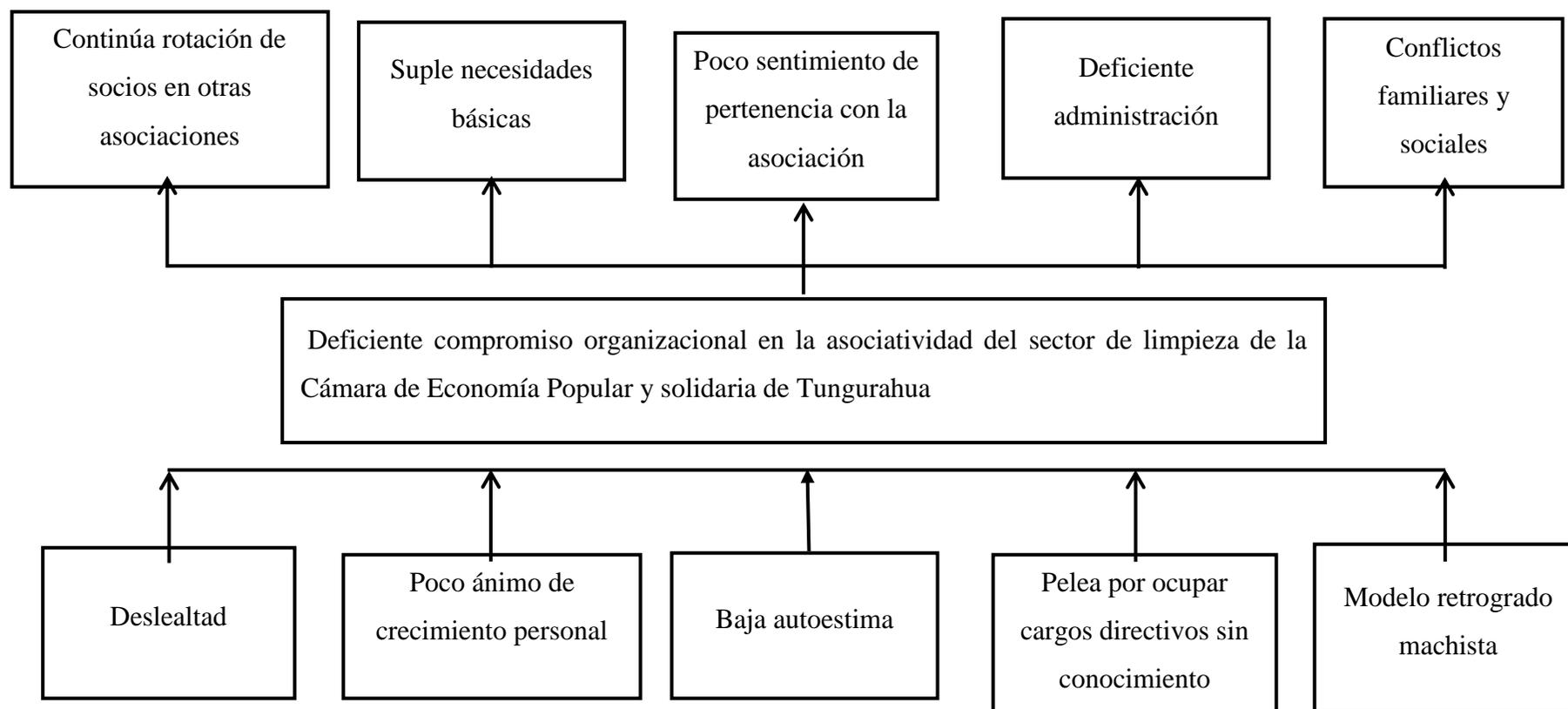


Gráfico N° 1. Árbol de problemas

Fuente: Investigación

Elaborado por: Fernández, M. 2017

### 1.3 Prognosis

En el caso que no contribuya el compromiso organizacional en la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y solidaria de Tungurahua, existiría la desmembración constante de las asociaciones de servicios de este tipo puesto que esto va generando un sentimiento de angustia de no tener una base firme en donde se está seguro que no serán abandonados los socios por las asociaciones a las que pertenecen ya que ellos son los dueños por lo que se debe de realizar un trabajo conjunto pero al no pasar esto simplemente desaparecería este tipo de prestación de servicios (Pesántez Aguilar & Guapacaza Solis, 2012).

Al suceder la desaparición afectaría a todos los integrante incluso a los que de una u otra forma se encuentren a gusto con la asociación, sino se cambia y se logra comprometer a los integrantes de la asociación, se dará un gran pérdida tanto como para los integrante como para los que se encuentran en la dirección de la misma, pues es donde empiezan a fortalecerse las demás asociaciones que son su competencia, y querer resurgir será una tares no imposible pero si muy complicada (Bohrt, Solares, & Romero, 2014).

El reflejo de un socio comprometido es muy fácil observar puesto que su labor realizada es muy reflejada en las instituciones donde se presta el servicio pero al no dar buenos resultados no solo se juega con la asociación sino también con la institución a la que brindamos el servicio (Manzano, 2017).

Los trabajadores se convierten, así, en una pieza de una maquinaria, fácilmente sustituibles, de acuerdo a las políticas de muchas organizaciones. Entonces, es de esperarse un compromiso menor hacia la organización. Las consecuencias de estas tendencias, tanto para las organizaciones como para los trabajadores, están por verse en Latinoamérica, en donde es magra la investigación al respecto, como se mencionó antes (Arias, Varela, & Quintana, 2003).

Al lograr un compromiso organizacional se pretende mejorar el desempeño de la organización, y a su vez brindar mayor beneficio y estabilidad a sus integrantes, pues de esta manera los socios se encontraran comprometidos, tendrán una aspiración de cambio y superación, los cuales ayudan en la toma de decisiones en pro de la asociación logrando así desarrollar estrategia que incluso les permita darse a conocer en el mercado y puedan contar con una amplia cartera de clientes.

#### **1.4 Formulación del problema**

¿Cómo contribuye el compromiso organizacional en la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y solidaria de Tungurahua?

##### **1.4.1 Directrices**

¿Cómo influye el compromiso organizacional en mejorar la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y solidaria de Tungurahua?

¿Qué componentes del compromiso organizacional pueden contribuir al mejoramiento de la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y solidaria de Tungurahua?

¿De qué forma se relaciona el Compromiso Organizacional con la mejora en la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y solidaria de Tungurahua?

#### **1.5 Delimitación del objeto de Investigación**

**Límite de contenido:**

**Campo:** Gestión empresarial

**Área:** Gestión del Talento Humano

**Aspecto:** Compromiso Organizacional y Asociatividad

**Límite Espacial:** La presente investigación se desarrollará en la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua

**Límite Temporal:** Esta investigación se plantea ejecutarla en el segundo semestre del año 2018.

## **1.6 Justificación**

Al hablar de las asociaciones del sector de la Economía Popular y Solidaria en especial a lo que se refiere al sector de limpieza es de suma importancia reconocer la vital importancia de los miembros de dichas asociaciones cada uno con el compromiso organizacional, en donde se busca el que la palabra aportar tenga la máxima relevancia mas no en busca solo de un beneficio personal.

Al momento en el sector de la EPS en especial al hablar de todo lo que es servicios se viene generando un sentido de no ayuda entre sus miembros por lo que este sector tiene un continuo tambaleo, ya que sus miembros no tienen una adecuada instrucción ni capacitación para enfrentar conflictos laborales de todo índole y esto se suma al sector del que vienen en donde resaltan los problemas sociales y familiares, en esta investigación se trata de analizar si el compromiso organizacional es lo que impide que este tipo de asociaciones se desarrollen de una mejor forma y puedan así apostar al crecimiento como entes productivos, en donde la principal mentalidad que se trata que asuman los socios es que no son simplemente un empleado más sino al contrario son socios de la organización y que ellos deben sentir esta como suya un sentimiento de pertenencia comparable como si se hablara de su familia misma.

La aplicación del problema en estudio es viable, porque, puede ser verificado, que se está efectuando en función de colaborar en beneficio de la comunidad y especial con los socios del sector de la Economía Popular y Solidaria.

## **1.7 Objetivos**

### **1.7.1 Objetivo General**

Determinar la contribución del compromiso organizacional en la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y solidaria de Tungurahua

### **1.7.2 Objetivos Específicos**

Determinar cómo influye el compromiso organizacional en mejorar la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y solidaria de Tungurahua.

Diagnosticar que componentes del compromiso organizacional pueden contribuir al mejoramiento de la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y solidaria de Tungurahua.

Identificar de qué forma se relaciona el Compromiso Organizacional con la mejora en la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y solidaria de Tungurahua”.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Antecedentes investigativos**

Con el fin de buscar antecedentes para el presente proyecto de investigación, se basó en artículos académicos y trabajos previos como tesis, los cuales estén relacionados con la problemática a solucionar.

##### **Antecedente 1**

**Título:** “El Compromiso Organizacional y su Relación con algunos factores demográficos y Psicológicos”

**Autor:** Fernando Arias Galicia

El autor menciona que: las organizaciones constituyen agrupamientos sociales elaborados y modificados frecuentemente enfocados a cumplir objetivos. Al ser compuestas por varias personas surge una incógnita ¿Qué se debe realizar para que cada individuo se involucre en el cumplimiento de los objetivos que fueron establecidos?

Es por ello que los autores relacionan esta problemática con un refrán “Cada cabeza es un mundo”. Con lo anteriormente mencionado se puede concluir que un problema primordial en el compromiso organizacional es conseguir la unidad para lograr los objetivos establecidos (Arias, Varela, & Quintana, 2003)

**Año:** 2003

##### **Antecedente 2**

**Título:** “Factores que influyen la asociatividad en el PYMES del sector avícola Puéllaro-Cotopaxi”

**Autor:** Adriana Elizabeth Ortiz Carvajal

**Año:** 2016

El autor afirma que la asociatividad no sólo está relacionada con la recopilación de factores los cuales promueven el trabajo en conjunto orientados a un objetivo en común, sino que además se lo puede considerar como una estrategia que incentivan el fortalecimiento y crecimiento de los sectores, considerando la asociatividad como un elemento clave para el desarrollo y el éxito de las pequeñas empresas y medianas empresas. (Ortiz Carvajal, 2016)

### **Antecedente 3**

**Título:** “Evolución del Contrato Psicológico y el Compromiso Organizacional con la edad y la antigüedad”

**Autor:** Raúl Borth & Lisseth Solares

**Año:** 2014

Los autores relacionan el compromiso organizacional con tres componentes, normativo, continuación y afectivo. Los cuales se incrementan de acuerdo a la edad, esta es una variable que incide al momento de relacionarse con el compromiso de las personas, además el autor afirma que la organización es desarrollada en un mejor nivel con el transcurso de los años.

El autor mencionado sustenta su criterio comparándose con otros autores como Brimeyer, Perruci y MacDermidWadsworth (2010) los mismos detallan que existen correlaciones positivas entre una mayor edad y un mayor nivel de compromiso organizacional, señalaban que a mayor edad los individuos indicaban tener un mayor compromiso que los jóvenes. (Bohrt, Solares, & Romero, 2014)

### **Antecedente 4**

**Título:** Validación de la Escala de Compromiso Organizacional de Meyer y Allen en trabajadores de un Contact Center”

**Autor:** Elizabeth M. Montoya

**Año:** 2014

En este trabajo se menciona que el compromiso organizacional que tengan los trabajadores se considerará como un importante activo, señala también que el tema elaborado por el autor ha sido investigado deficientemente por países sub desarrollados, lo que no es el caso de países desarrollados y de gran potencia los cuales poseen varios estudios relacionados al tema planteado. (Montoya, 2017)

## **2.2 Fundamentaciones**

### **2.2.1 Fundamentación filosófica**

El presente proyecto de investigación se relaciona con la utilización del paradigma crítico-positivo, en el cual el compromiso organizacional se ve afectado por la deficiente comunicación interna. Es por ello que el presente proyecto busca identificar los beneficios que se pueden obtener a partir del compromiso organizacional en la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y solidaria de Tungurahua.

### **2.2.3 Fundamentación Axiológica**

En cuanto a la fundamentación axiológica permitió conocer acerca los valores que van a interferir al momento de la ejecución del presente proyecto de investigación, la ciencia es objetiva y libre de valores, por lo cual resulta un factor relevante en la determinación de estrategias para el compromiso organizacional.

El trabajo se lo lleva a cabo con varias personas, estando sujeta a distintos niveles de educación, distintas culturas y valores. Dentro del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y solidaria de Tungurahua se pretende fomentar valores éticos y morales que permitan el desarrollo organizacional de todos sus miembros. Todo esto enfocado a proyectar un mayor compromiso organizacional de todos sus miembros especialmente en la asociatividad.

#### **2.2.4 Fundamentación epistemológica**

La fundamentación epistemológica hace relación al conocimiento del objeto a estudiar por parte de las personas que van estar sujetas al tema de investigación, dicha relación debe estar ligada con el desarrollo del compromiso organizacional, con el único fin de fomentar un cambio de organización en la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y solidaria de Tungurahua. Para la ejecución del presente proyecto se tomará como fuentes de información a documentos bibliográficos-documentales ya que se buscará obtener diferentes criterios y postulaciones de varios autores que conozcan la problemática planteada, se busca además recolectar toda información posible para posteriormente procesarla gradualmente con el fin de emitir un criterio adecuado sobre el tema investigado.

#### **2.2.5 Fundamentación legal**

El proyecto está fundamentado legalmente en:

### **CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR (2008)**

#### **TÍTULO II DERECHOS**

##### **Capítulo primero**

Art. 11.- El ejercicio de los derechos se regirá por los siguientes principios:

2. Todas las personas son iguales y gozaran de los mismos derechos, deberes y oportunidades.

6. Todos los principios y los derechos son inalienables, irrenunciables, indivisibles, interdependientes y de igual jerarquía.

7. El reconocimiento de los derechos y garantías establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos, no excluirá los demás derechos derivados de la dignidad de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades, que sean necesarios para su pleno desenvolvimiento.

9. El más alto deber del Estado consiste en respetar y hacer respetar los derechos garantizados en la Constitución.

## **Capítulo sexto**

### **Formas de organización de la producción y su gestión**

**Art. 319.-** Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

**Art. 320.-** En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

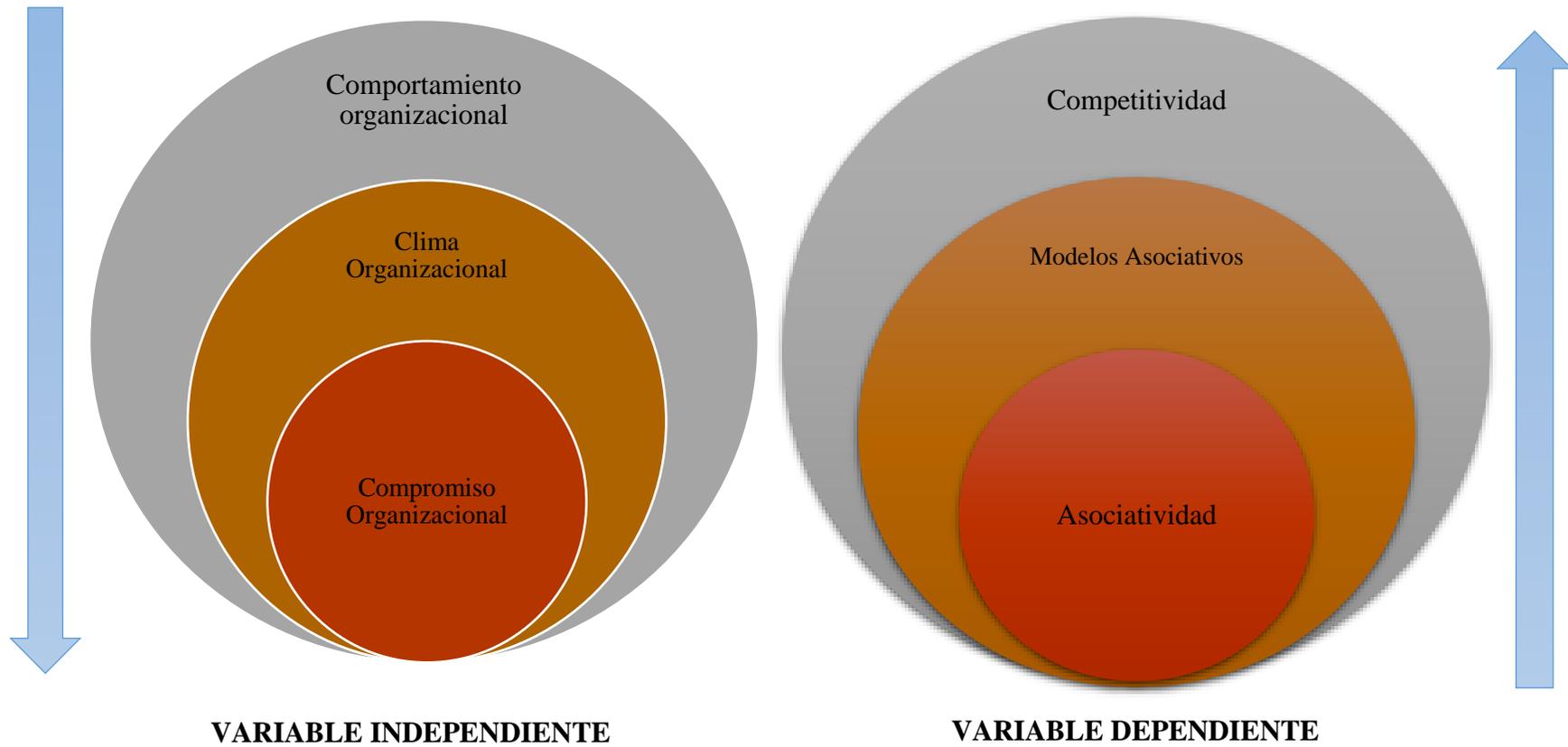
## **Derechos del buen vivir**

### **Sección segunda**

#### **Ambiente sano**

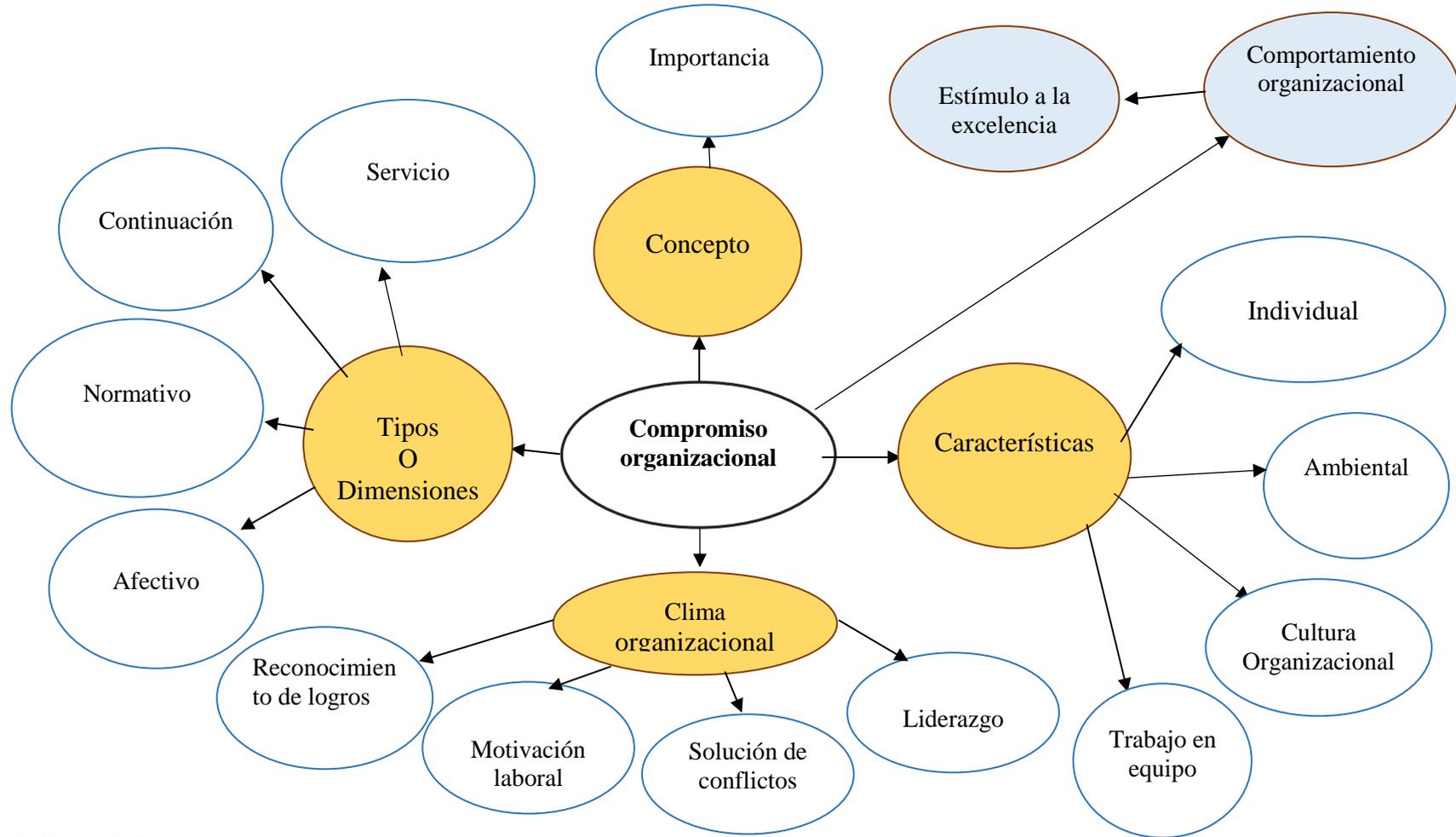
Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir. (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

### 2.3 Categorías fundamentales



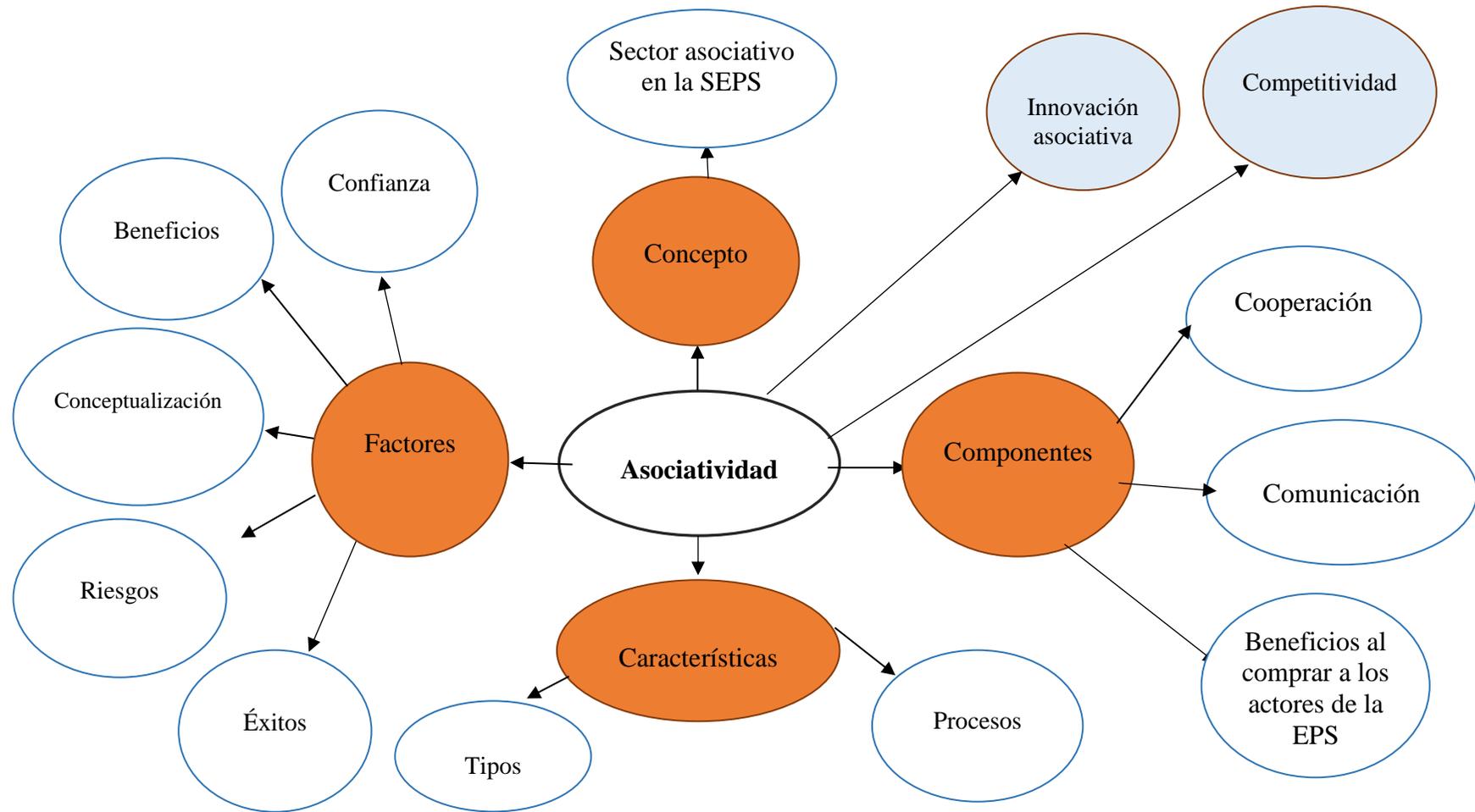
**Gráfico N° 2.** Categorías fundamentales  
**Elaborado por:** Fernández, M. 2017

### 2.3.1 Constelación de ideas de la variable independiente



**Gráfico N° 3.** Constelación de ideas de la variable independiente  
**Fuente:** Categorías Fundamentales  
**Elaborado por:** Fernández, M. 2017

### 2.3.2 Constelación de ideas de la variable dependiente



**Gráfico N° 4:** Constelación de ideas de la variable dependiente

**Fuente:** Categorías Fundamentales

**Elaborado por:** Fernández, M. 2017

## 2.4 Variable independiente

### 2.4.1 Comportamiento organizacional

El comportamiento organizacional determina la manera en que afectan el comportamiento de los miembros de una organización a los demás individuos, el objetivo que tiene este comportamiento es obtener esquemas que mejoren a las instituciones u organizaciones, adaptándolas a las personas consideradas diferentes. El aspecto humano es considerado como un factor muy determinante al momento de cumplir los objetivos de la organización.

El comportamiento organizacional está compuesto por cuatro componentes, los cuales son:



**Gráfico N° 5.** Beneficios de la asociatividad  
**Elaborado por:** Fernández, M. 2017

**Procesos individuales.-** Las personas se crean ideologías acerca de los compañeros con los que trabajan, con los que realizan actividades de recreación o los supervisan. El comportamiento individual debe ser la base para el adecuado desempeño de una organización.

**Influencias ambientales.-** Los actores externos a la organización que crean exigencias, presiones y expectativas sobre la misma son numerosos, y cambian con gran fluidez.

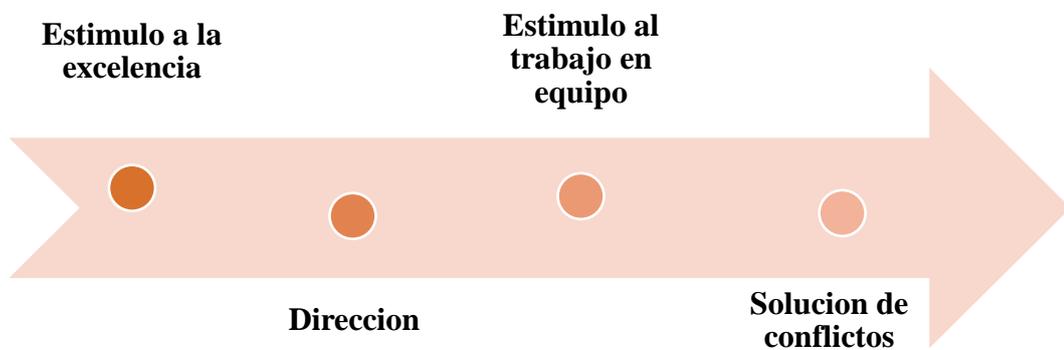
**Procesos organizacionales.-** Todos los individuos deben tener con claridad sus tareas a desempeñar dentro de una organización así como el diseño de la misma.

**Procesos de grupo.-** Está relacionado con los procesos sociales, comprensión y dirección de grupos, dedicados principalmente a interactuar con los demás, dichos integrantes deben tener la capacidad de superar las barreras para el cumplimiento de las metas. (Pesántez Aguilar & Guapacaza Solis, 2012)

#### **2.4.2 Clima organizacional**

El clima organizacional es considerado como un componente que puede relacionarse con términos organizacionales, estilos de liderazgo, y términos de estructuras, entre otros. Todos los elementos anteriormente mencionados influyen de manera significativa en el comportamiento de los trabajadores en una organización.

Aunque también es definido como “la recopilación de propiedades del ambiente laboral, percibidas indirectamente o directamente por los individuos que trabajan en las organizaciones” (Uría Calderón, 2011).



**Gráfico N° 6.** Consideraciones de un líder  
Elaborado por: Fernández, M. 2017

#### **Estímulo a la excelencia**

El estímulo a la excelencia está definida por el énfasis que el líder posee en cuanto a la búsqueda constante de la mejora, a través de la incorporación de instrumentos técnicos y nuevos conocimientos, promueve también la

actualización de los conocimientos de sus subalternos y las impulsa a la mejorar sus resultados (Uría Calderón, 2011).

### **Dirección**

Promueve el sentido de organización u orientación de las actividades que posee una unidad de trabajo, identificando los objetivos perseguidos de una forma precisa, las metas que se pretende obtener y los medios que se utilizó para lograrlo.

Es aquí que se cuantifica y se determina el nivel de responsabilidad que posee cada subalterno, además de las relaciones con los demás trabajadores para conseguir los resultados deseados. Por lo cual resulta necesario orientar el trabajo de todos los miembros, estimulando su creatividad para asegurar el cumplimiento de las tareas a realizar. Es muy importante mencionar que la dirección vela por el cumplimiento de las actividades o aspectos normativos, en otras palabras el cumplimiento de las conductas de las personas dentro de la organización (Uría Calderón, 2011).

### **Estímulo al trabajo en equipo**

El estímulo al trabajo en equipo implica el reconocer que la gestión organizacional se basa en el trabajo en equipo, enfocados en cumplir los objetivos y logros comunes.

El liderazgo debe asegurar una participación organizada además del apoyo mutuo de todos los miembros de la organización, en la obtención de sus objetivos.

En un trabajo en equipo nunca debe existir los individualismos, más bien la contribución de conocimientos y de ideas, beneficiando al cumplimiento de los objetivos del grupo. Es importante señalar que cuando se tiene opiniones diferentes acerca de un mismo tema, se debe unificarlas en base a una misma dirección, destacando la parte más valiosa de cada una de ellas (Marín, 2002).

## **Solución de conflictos**

La solución de los conflictos es parte de la vida cotidiana de cualquier institución. Los conflictos son generados por muchos factores, aunque generalmente parte de una causa común: esta causa hace relación a las diferencias de intereses y percepciones de los diferentes miembros acerca una misma realidad (Uría Calderón, 2011).

La capacidad que tiene una persona de solucionar conflictos se debe orientar a “lograr superarlos por síntesis de diferencias, en lugar de ignorarlos o evadirlos” (Marín, 2002). La capacidad de solucionar conflictos debe ser desarrollada, practicarla y evaluarla constantemente.

## **Motivación laboral**

El motivo puede considerarse como un sentimiento que produce que una persona ansí en obtener alguna cosa y en su efecto actuar de tal manera para conseguir lo que pretende o ansia.

En ámbitos organizacionales o empresariales, la motivación es definida como el ánimo que se produce en sus trabajadores para que su desempeño laboral sea el mejor, con el fin de cumplir todos los objetivos deseados por la organización. A través de esta se obtiene una mayor eficacia, productividad, creatividad, responsabilidad y un compromiso mayor por parte de los trabajadores (Uría Calderón, 2011).

## **Reconocimiento de logros**

Es una técnica que incide en la motivación, esta pretende reconocer los desempeños adecuados de los trabajadores, los resultados, objetivos y logros conseguidos. Dicho reconocimiento se los puede realizar económicamente, elogiarlos, o reconocerlos delante de los demás trabajadores.

La satisfacción no es generada si no se produce una motivación, estas se diferencian de un individuo a otro, pueden cambiar también con el pasar de los años o evolucionar. La satisfacción que un trabajador puede tener en su campo laboral va a estar ligado a su conformidad con el salario (Uría Calderón, 2011).

Las condiciones de entorno, condiciones de trabajo, la manera de relacionarse con sus jefes superiores, el respeto, el ambiente laboral, la calidad de vida en su trabajo son considerado como motivadores para que un trabajador dé su mejor desempeño en el trabajo que fue asignado.

### **2.4.3 Compromiso organizacional**

“El compromiso organizacional es un estado psicológico caracterizado por relacionar a una organización y una persona, influye además en la toma de decisión de dejar o continuar la organización”. (Montoya, 2017)

“El compromiso organizacional comprende tres tipos: el afectivo, normativo y de continuidad”. (Montoya, 2017)

En definitiva, el compromiso organizacional conforma uno de los tres tipos de actitudes que tiene una persona relacionada a su trabajo. Se lo puede definir como un estado que el empleado genera al identificarse con una institución en particular, con sus metas, deseando mantenerse dentro de ella como un trabajador más. (Coca Altamirano, 2012)

#### **2.4.3.1 Percepción del compromiso organizacional**

El diccionario de la Lengua Española (2001) lo define “como la acción y efecto de percibir, siendo esta una sensación interior que resulta de una impresión o análisis sobre algún elemento mediante los sentidos de una persona, así también como el conocimiento o idea de dicho elemento”.

La percepción comprende un proceso desarrollado por todos los seres humanos. Siendo este vital para la supervivencia, ya que a través de esta se relaciona con el mundo exterior. Este proceso funciona debido a una serie de factores se van estructurando de manera tal para que sea posible que la información recibida pueda ser interpretada (Vernon, 1979).

“La percepción se basa en recibir imágenes, sonidos, impresiones o sensaciones externas permitiendo al organismo captar, elaborar e interpretar la información que llega desde el entorno” (Coronel, 2012).

#### **2.4.3.2 Tipos de compromiso organizacional**

##### **Compromiso afectivo**

El compromiso afectivo se refiere a los aspectos emocionales que las personas generan con las organizaciones, reflejando el apego que tienen a las mismas. Los trabajadores que tienen este tipo de compromiso sienten orgullo de formar parte de una organización. (Coca Altamirano, 2012)

##### **Compromiso normativo**

El compromiso normativo está enfocado en la lealtad que tiene un individuo a una organización, hablando en sentido de moral, quizá esto se debe a que el individuo siente como una manera de pago a la institución por las prestaciones que esta ha generado hacia él.

En el compromiso normativo se genera un sentimiento fuerte de pertenecer a una organización, debido al efecto que se genera en el individuo en cuanto tener la sensación de adeudar algo a una organización por haberle otorgado una recompensa u oportunidad de trabajo. (Coca Altamirano, 2012)

## **Compromiso de continuación**

Está relacionada con el conocimiento de la persona en cuanto a los costos (físicos, financieros, psicológicos) y las bajas probabilidades de obtener otro empleo, si en tal caso tome la decisión de renunciar a la institución a la cual pertenece. En otras palabras el individuo siente apego a la organización porque ha invertido dinero, tiempo y esfuerzo y se crea un sentimiento de dejarlo todo si renuncia a la misma, por otro lado el trabajador se crea una ideología que sus oportunidades se ven reducidas en otras organizaciones. Generando un apego por necesidad con la empresa (Coca Altamirano, 2012).

En conclusión, cuando el trabajador se crea un compromiso de aceptación a la empresa que pertenece adquiere sus ideas, propósitos, creencias y objetivos como consecuencia de su inversión tanto de tiempo como esfuerzos realizados.

## **Servicio**

El servicio es un proceso, el cual es una actividad directa o indirecta que no produce un producto físico, es decir, un conjunto de prestaciones accesorias de naturaleza cuantitativa o cualitativa que acompaña a la prestación principal.

Los servicios poseen ciertas características que los diferencian de los productos de acuerdo a la forma en que son producidos, consumido y evaluado. Estas características originan que los servicios sean más difíciles de evaluar y saber qué es lo que realmente desean los clientes (Matsumoto, 2014).

**Tabla N° 1.** Tipos de Servicios

<b>Servicios</b>	<b>Implicaciones</b>
Intangibles	<ul style="list-style-type: none"><li>• Los servicios no pueden inventariarse</li><li>• Los servicios no pueden patentarse</li><li>• Los servicios no pueden presentarse ni explicarse fácilmente</li><li>• Es difícil determinar su precio</li></ul>
Heterogéneo	<ul style="list-style-type: none"><li>• La entrega del servicio y la satisfacción del cliente dependen de las acciones del empleado.</li><li>• La calidad en el servicio depende de muchos factores incontrolables.</li><li>• No existe la certeza de que el servicio que se proporciona es equiparable con lo que se planteó y promovió originalmente</li></ul>
Producción y consumo simultaneo	<ul style="list-style-type: none"><li>• Los clientes participan en la transacción y la afectan</li><li>• Los clientes se afectan el resultado del servicio</li><li>• La descentralización puede ser fundamental</li></ul>
Perecederos	<ul style="list-style-type: none"><li>• Es difícil producirlos masivamente</li><li>• Resulta problemático sincronizar la oferta y la demanda de los servicios</li><li>• Los servicios no pueden devolverse ni revenderse</li></ul>

Fuente: (Zeithaml & Valarie, 2004)

Elaborado por: Fernández, M. 2017

### **2.4.3.3 Calidad del servicio**

Según la Real Academia Española define a la calidad como la propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor.

Esta definición establece dos elementos importantes en su estudio. Primero, la referencia a características o propiedades y, segundo, su bondad para valorar “algo” a través de ella.

Gronroos (2001) “reconoce que la línea que separa las evaluaciones de la calidad de las otras tendencias de evaluación de experiencias de servicio no está muy bien definida. Para los propósitos de este trabajo se tomará únicamente el concepto de calidad”.

De igual manera la calidad es interpretar las necesidades futuras de los clientes' en características medibles; solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará; la calidad puede estar definida solamente en términos del agente (Deming, 1989).

Ahora bien, la palabra calidad mantiene varios significados. Dos de ellos son los más representativos según Juran (1990):

- La calidad consiste en aquellas características de producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto.
- Calidad consiste en libertad después de las deficiencias.

Además, calidad significa eficiencia del producto. Siendo más específicos, calidad abarca calidad del trabajo, servicio, de la información, de proceso, de la gente, del sistema, de la compañía, de objetivos, etc. (Ishikawa, 1986).

Con el fin de incorporar diferentes perspectivas, Garvin (1984) resalta varios elementos de la calidad de las cuales se resaltan los más importantes.

- Confiabilidad: Probabilidad de un mal funcionamiento
- Apego: Habilidad de cumplir con las especificaciones
- Aspectos del servicio: Rapidez, cortesía, competencia y facilidad de corregir problemas.

Así pues, se puede mencionar que la calidad del servicio está orientado a la fluidez y facilidad de las interacciones.

Eficacia, secuencia y grado de adecuación a las expectativas y necesidades del cliente en el proceso de interacción.

#### **2.4.3.4 Desarrollo organizacional**

El desarrollo organizacional se puede definir como un esfuerzo planificado por la organización, supervisado por el nivel más alto con el fin de aumentar la efectividad y el bienestar de una organización. Este se ha convertido en el mejor instrumento para generar un cambio, buscando cumplir con mayor eficiencia organizacional un logro propuesto. (Uría Calderón, 2011)

#### **2.4.3.5 Factores de éxito**

En una organización, para que esta funcione de la mejor manera y pueda lograr sus objetivos, es necesario que existan ciertas condiciones detalladas a continuación:

- Comunicación entre los participantes la cual favorece la cooperación en el desarrollo de actividades.
- Participación de los miembros para definir objetivos, metas, actividades y compromisos.
- Coordinación mediante la planificación de acciones por parte de los miembros de la organización para el cumplimiento de una tarea o actividad.
- Respeto a las ideas de los demás y aceptación de las personas como tales.
- Confianza mutua.
- Manejo adecuado de los conflictos.
- Delegación de autoridad
- Conocimiento de derechos y obligaciones
- Compromiso del máximo ejecutivo de las empresas participantes.
- Objetivos comunes (Mejia, 2011)

#### **2.4.3.5 Factores de riesgo**

Los factores a los que con frecuencia se atribuye el fracaso son:

- Falta de fomento de la autonomía y desarrollo de la organización.

- Carencia de confianza.
- Carencia de objetivos claros; muchas empresas entran sin investigar los pasos necesarios y principios básicos de cooperación.
- Falta de solidaridad entre los miembros de la red.
- Carencia de coordinación entre las empresas participantes.
- Diferencias en los procesos operativos y actitudes entre los socios; se produce, cuando una de las empresas participantes realiza mal el trabajo provocando desconfianza en el grupo.
- Falta de compromiso con los acuerdos y el trabajo general.
- Cambios de políticas gubernamentales y por causas internas como por la carencia de competencia en ciertas áreas.
- Entorno institucional, ya que falta de un entorno que estimule y soporte la existencia de mecanismos de cooperación.
- Estudio de buenas prácticas; falta de difusión de las experiencias que pueden ser tipificadas como praxis de redes (Mejia, 2011).

## **2.5 Variable dependiente**

### **2.5.1 Asociatividad**

El proceso de organización va ligada a la asociatividad, la cual involucra a varios actores sociales encargados de incrementar el grado de credibilidad de una comunidad organizada, con ello se busca mejorar el funcionamiento estructural e interno de todos los cambios que se produzcan con el desarrollo organizacional (Rivera Gonzáles, 2015).

Según el autor Ibáñez (2013), relaciona a la asociatividad como una estrategia que es utilizada para desarrollar una competitividad empresarial, esta estrategia ha sido la más utilizadas en varias organizaciones y sectores. En otras palabras la asociatividad es parte del cambio organizacional y del proceso de desarrollo de una entidad o institución, dentro de la cual debe

existir una estrategia para utilizar a la competitividad como un factor de superación personal y asociación (Ibáñez, 2013).

La asociatividad nace como un “mecanismo de cooperación entre pequeñas y medianas empresas que quieren empezar un proceso de expansión o globalización donde cada uno decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto en busca de un ideal común, manteniendo su independencia jurídica y su autonomía general” (promPeru, 2013).

#### **2.5.1.1 Objetivos de la asociatividad**

Es de gran importancia que los miembros de una organización poseen valores comunes y que las habilidades se asocien y complementen entre sí, de tal manera que cada quien posea algo que aportar y aprender del otro. (Flóres Jimenez, 2013).

“En función del cumplimiento de un objetivo que un grupo persigue, se pueden desarrollarse relaciones que duren con el transcurso del tiempo. En muchos de los casos, la asociatividad puede ayudar en la formación de una organización con patrimonio propio” (Iguera, 2002).

#### **2.5.2 Sector asociativo en la SEPS**

Es el conjunto de asociaciones constitutivas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias con el objetivo de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarias, auto abastecerse de materias primas, insumos, herramientas, tecnologías, equipos y otros bienes o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la ley (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2017)

### **2.5.3 Componentes de la asociatividad**

**Cooperación:** Una forma de aportar al mejoramiento o desarrollo de una organización es la cooperación, además de ser una alternativa de coordinación en cuanto a los recursos enfocados a tener un mayor índice de flexibilidad de los variantes o cambios en el entorno social.

En otras palabras, la cooperación es considerada como una estrategia de desarrollo, la cual involucra a varios actores sociales que forman parte de una organización, también es considerada como un mecanismo que fomenta un grupo de personas bien organizadas. Es importante mencionar que la asociatividad hace posible que la cooperación sea una forma de colaboración de los individuos, los cuales trabajan por un mismo objetivo. (Flóres Jimenez, 2013)

### **Comunicación**

Un factor de interacción entre los miembros de una misma organización, es la comunicación, considerándolo como un medio necesario que posee una organización para acoplarse a las variantes que experimenta como sistema, con el fin de subsistir de manera exitosa.

Aunque la comunicación es un factor con mayor relevancia para el correcto funcionamiento de una institución u organización, es importante que los líderes de los diferentes grupos de las organizaciones interactúen con los demás integrantes., ya que los líderes son considerados como un eje primordial para el desarrollo y avance de una institución. (Flóres Jimenez, 2013)

Existen varias razones del porque asociarse, de estas están en el campo económico, político y social y cultural, el cual tiene sus propios beneficios. Entre los cuales se presentan a continuación.

## 2.5.4 Beneficios al comprar a los actores de la EPS

### Gobernabilidad

El proceso de contratación permite poner a disposición de los ciudadanos, de los órganos de control, de los empresarios y de la comunidad en general la información sobre, no solo cada uno de los procesos de contratación, sino sobre la totalidad de la gestión pública contractual. Se permite hacer seguimiento a la forma en que el Estado hace uso de su presupuesto facilitando que los ciudadanos exijan de él probidad y responsabilidad (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2017)

**Efectividad:** “Los costos asociados a la contratación pública, tanto para los proveedores como para las entidades contratantes se reducen a través de la estandarización” (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2017).

La despapelización, la rapidez en las transacciones, la disminución en los tiempos de duración de los procesos. Las entidades contratantes logran extraer más “value for money” de sus bienes y servicios adquiridos al contar con más ofertas a mejores precios a través de métodos de selección menos costosos (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2017).

**Desarrollo equilibrado:** “la asimetría de información disminuye generando competencia y participación de los proveedores, y en consecuencia, menores costos de los bienes y servicios adquiridos” (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2017).

Mayores índices de publicidad permiten frenar monopolios y tumban las barreras de acceso que afectaban la participación de las pequeñas y medianas empresas, permitiendo que incluso a nivel regional los proveedores conozcan las oportunidades de negocios que ofrecen las

entidades contratantes de todos los niveles del gobierno (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2017)

Existen varios beneficios en cuanto a la integración de modelos asociativos que permite enfrentar y resolver problemas de forma conjunta, lo cual representa la característica autónoma de los miembros de una organización, impulsando el desarrollo y el uso de la complementariedad. De la misma manera facilitan el aprovechamiento de oportunidades, reducir las debilidades, neutralizar amenazas y aumentando la productividad y la producción. (Flóres Jimenez, 2013)

<b>Comercialización</b>	<b>Financieros</b>	<b>Organizacionales</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apertura de nuevos mercados</li> <li>• Lanzamiento de nuevos productos</li> <li>• Intercambio de información comercial</li> <li>• Investigación de mercados</li> <li>• Alianzas comerciales</li> <li>• Investigación de mercados</li> <li>• Logística y distribución</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acceso a financiamiento</li> <li>• Ahorro por Compras conjuntas</li> <li>• Inversión conjunta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejora en los procesos productivos</li> <li>• Aplicación de nuevas formas de administración</li> <li>• Puesta en marcha de planeamiento estratégico</li> <li>• Capacitación conjunta</li> <li>• Acceso a tecnologías de productos o procesos</li> <li>• Investigación y desarrollo</li> </ul>

**Gráfico N° 7.** Beneficios de la asociatividad  
Elaborado por: Fernández, M. 2017

### 2.5.5 Principios de la asociatividad -SEPS

Es indispensable que cada asociación disponga de estatutos y normativas en relación a las actividades que se van a desarrollar siempre que estén orientados a los objetivos de cada institución por lo que se detalla a continuación que es lo que necesita cada estatuto como base a los principios básicos.

**Tabla N° 2.** Principios de la asociatividad -SEPS

<b>Nombre</b>	<b>Es la representación llevada ante el medio en el que se desarrolla.</b>
<b>Fines y actividades</b>	Acciones en las que se desenvuelve cada una de las entidades, es decir que es lo que se hace.
<b>Duración</b>	Usualmente se constituye bajo tiempo indefinido
<b>Domicilio social</b>	De ser en un domicilio debe ser de carácter provisional y de ser un lugar público debe estar adjuntado el respectivo certificado autorizado
<b>Ámbito territorial</b>	Es importante que las entidades desarrollen sus funciones de manera adecuada en el país
<b>Requisitos para la constitución</b>	Aquí se establece todo lo referente a las competencias de cada una de las instituciones así como los acuerdos
<b>Requisitos y procedimiento para elegir cargos</b>	Se definirá todas las responsabilidades y atribuciones respectivas a
<b>Requisitos de admisión y expulsión</b>	Todo lo que se necesita para formar parte de cada institución y cuáles serían las causas para la expulsión del cargo
<b>Derechos y obligaciones de los asociados</b>	Cada asociado debe tener claro sobre lo que su papel en el que desempeña.
<b>Administración y documentación</b>	Tener claro el desarrollo de la administración y todo lo que le compete a este departamento.
<b>Sanciones</b>	Al producirse faltas se debe establecer parámetros que afecten directamente sobre estos hechos.
<b>Patrimonio</b>	El capital con el que se dispone formará parte del inicio de todas las actividades.
<b>Modificación de estatutos</b>	En ocasiones se pueden realizar cambios sobre los
<b>Causas de disolución</b>	Aclara todas aquellas causas que podrán hacer que las entidades se disuelvan

Fuente: (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2017)

### **Principios de la Economía Popular y solidaria**

Según (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2017)

- Búsqueda del buen vivir y del bien común

- Preparación del trabajo sobre el capital
- Comercio justo y consumo ético y responsable
- Equidad de género
- Respeto a la identidad cultural
- La autogestión
- Responsabilidad social y ambiental de cuentas
- Distribución equitativa y solidaria de excedentes

### 2.5.6 Razones para asociarse

**Tabla N° 3.** Razones para asociarse

Campos	Aprendizaje
Ámbito Económico	Los beneficios pueden derivarse de afrontar con mayor fuerza los riesgos de un nuevo proyecto, mejorar el desarrollo tecnológico de los asociados, o diferenciar el producto, el servicio o la forma de comercialización para obtener ventajas competitivas, entre otros.
Ámbito Político	Participar en una estrategia asociativa permite obtener mayor representatividad o apoyo ante organismos públicos o privados, conseguir apoyo financiero, legal o estatal, entre otros. Dicho de otro modo, “la unión hace la fuerza”.
Ámbito Social y Cultural	La asociatividad permite generar espacios y conductas para compartir o desarrollar conocimientos, innovaciones o mejoras, lograr mayor flexibilidad organizacional para reaccionar rápidamente a las necesidades del mercado, o desarrollar mayor tolerancia para el trabajo con los demás.

Fuente: (Vegas, 2008)

### 2.5.7 Características

Entre las principales características de la asociatividad se tiene los siguientes:

Que su incorporación es voluntaria, debido a que ninguna persona es obligada a constituir un grupo, sino aquella que se encuentra con la capacidad de convicción de generar al grupo oportunidades de crecer y mejorar.

No excluyen a ninguna persona del mercado en que operan, este tipo de patrón se aplica en las unidades de producción de acuerdo al tipo de asociatividad puede orientarse a un determinado rubro, o de lo contrario incorporar personas de actividades diversas. Se mantiene la autonomía general, en el que cada participante toma decisiones en función de sus necesidades. Puede adoptar distintas modalidades, tanto organizacionales como jurídicas, es decir, se establece para diferentes propósitos.

Igualmente, la asociatividad se considera por resolver problemas en conjunto, en donde cada integrante mantiene su autonomía, como por ejemplo la autonomía gerencial, en donde cada integrante mantiene su postura después de adoptar la decisión.

La Asociatividad se ampara en varios enfoques que depende de la actividad o del objetivo en común que mantienen los grupos asociados. Estas actividades diversifican la participación de los actores principales generando un índice de responsabilidad que puede ser variables, es decir, puede tener un alto o menor compromiso que se alinee al objetivo que persiguen los grupos asociativos.

- Capital y reservas
- Servicio
- Solidaridad
- Acto solidario
- Utilidad
- Autogestión
- Identidad
- Excedente

## 2.5.8 Tipos de Asociatividad

<b>Redes de cooperación</b>	Son el conjunto de organizaciones que comparten y difieren información o procesos, sin renunciar al derecho de autonomía. Cabe recalcar que dentro de las redes de cooperación no existe una relación de subordinación, es decir mantienen vínculos o relaciones cooperativos que les permita realizar acciones en conjunto.
Articulación comercial	Es la correlación entre organizaciones ofertantes y demandantes, que puede ser intervenida por un oficial terciario capaz de generar negocios productivos
Alianza en cadenas productivas	Son aquellas personas u organizaciones que se asocian tras acuerdo de actores involucrados que poseen una sucesión de etapas y operaciones de producción
Alianza en clústeres	Tipo de asociación que posee ciertas características similares a las cadenas de valor, sin embargo los actores principales se encuentran interconectados a una actividad productiva en particular.
Consortios	Es aquel por virtud del cual dos o más personas se asocian para participar en forma activa y directa en un determinado negocio o empresa con el propósito de obtener un beneficio económico
Subcontratación	Son relaciones verticales, entre los distintos eslabones de la cadena de valor. En muchos casos, se trata de pequeñas o medianas empresas que orientan su producción a clientes grandes.
Alianzas estratégicas	Son relaciones horizontales, entre empresas que compiten en el mercado, pero que se unen y cooperan en ciertas actividades, como pueden ser investigación y desarrollo, compras, comercialización, etc.
Distritos industriales	Son aglomeraciones regionales de un número de empresas de una rama de la industria que se complementan mutuamente y cooperan de manera intensiva para fortalecer su competitividad.
Núcleos empresariales	Son equipos de trabajo formados por empresarios del mismo rubro o de rubros diferentes con problemas a superar en común, que se unen para compartir experiencias y buscar soluciones en conjunto.
Redes de servicio	Son grupos de personas de una misma profesión pero con diferentes especialidades, o un conjunto de instituciones que organizan un equipo de trabajo interdisciplinario para cubrir integralmente las necesidades de potenciales clientes.

Fuente: (Vegas, 2008)

Elaborado por: Fernández, M. 2017

### **2.5.9 Modelos de Asociatividad**

#### **ITALIA**

Se reconoce como uno de los principales antecedentes de la asociatividad al caso del norte italiano, más precisamente en el noroeste de Italia, donde se han llevado adelante desde la década de las sesenta experiencias exitosas en materia de cooperación empresarial.

Una de ellas, los consorcios de exportación, surgen como consecuencia de la necesidad de las pequeñas y medianas empresas de colocar sus productos en mercados alternativos. Si bien esta expansión nace a partir de la conformación y auge de redes de Pymes, es necesario hacer notar que se ha detectado también, una importante participación del estado quien brinda su apoyo a través de beneficios económicos y financieros. En la actualidad existen cerca de 300 Consorcios para la Exportación que nuclean aproximadamente 5000 empresas. Gran parte de estos consorcios se encuentran agrupados en una Federación denominada Federexport cuya sede se encuentra radicada en Roma.

#### **ALEMANIA**

En este país, al igual que en Italia, las empresas se asocian para el comercio, especializándose preferentemente en nichos de mercado donde su producto presenta ventajas comparativas. El objetivo perseguido con este tipo de asociaciones, es el de incrementar su participación y control en determinados mercados internacionales.

#### **ESPAÑA**

En España interactúan grupos de Pymes orientados al comercio exterior, que trabajan con una estructura común para la exportación. La misma atiende las particularidades de este comercio en cada una de las empresas a través de la figura de un gerente. Se detecta aquí también la participación estatal, dado que el mismo subsidia por un tiempo parte de las erogaciones de esta estructura.

## AMÉRICA LATINA

En Chile al igual que en España, existe la figura de un gerente contratado para cubrir el asesoramiento y gestión en el área de comercio exterior. Sus honorarios son abonados en una primera etapa por el estado y el grupo empresarial en partes iguales, hasta llegar luego de un plazo preestablecido, a ser cubiertos en su totalidad por las empresas participantes. Otra experiencia asociativa de este país, es la conformada desde hace más de 15 años por los Grupos de Transferencia Tecnológica, GTT, basados en la experiencia argentina de los Grupos Crea pero con una importante participación del estado.

En Colombia, a partir de la década del 90 se implementa el Programa de Desarrollo Empresarial Sectorial (PRODES) como una estrategia de desarrollo para las Pymes colombianas que representan alrededor del 90% de los establecimientos ocupando cerca del 70% de la mano de obra. Este programa se plantea como una herramienta integral, asociativa y estratégica que se orienta a solucionar en el corto y mediano plazo los principales problemas que enfrenta la pequeña y mediana industria colombiana.

La Dirección de Comercio Exterior de Uruguay y la Comunidad Económica Europea han desarrollado programas sectoriales y han conformado acciones bilaterales con países como Alemania, Suecia, Italia, entre otros. Similar al caso de Chile, en este país sobre la base de los Grupos Crea argentinos, se ha conformado la Federación Uruguaya de Grupos Crea.

## ARGENTINA Y LA ASOCIATIVIDAD

Uno de los primeros ejemplos de asociatividad en nuestro país tal como se manifestara precedentemente, aparece con el desarrollo de los Grupos Crea. Este experiencia cuenta con 40 años de trabajo y se dedica específicamente a la conformación de consorcios regionales de experimentación agropecuaria de alrededor de 10 personas.

Dichos consorcios en su origen, estaban constituidos por un grupo de empresas agrícolas con el objeto de compartir y solucionar problemas específicamente técnicos. Con el correr de los años sus objetivos se han ido ampliando llegando a la

fecha a encarar la mayor parte de sus problemas de manera comunitaria. En la actualidad existen más de ciento cincuenta grupos conformados, dirigidos por asesores técnicos que nuclean cerca de 1500 empresas agropecuarias.

Otra modalidad asociativa que se viene desarrollando en nuestro país bajo la forma de cooperación empresarial, es la relacionada con la formación de grupos empresarios orientados a alcanzar mercados externos. Esta estrategia nace en el año 1998 con el Programa Sectorial de las Exportaciones Argentinas de la Fundación del Bank of Boston juntamente con la Fundación Export´AR (Llendo, M & Martinez, A)

#### **2.5.10 La necesidad de una respuesta integral y las políticas para el sistema económico social y solidario**

Al cobijo de las disposiciones constitucionales referidas es fundamental construir políticas públicas y procesos que ayuden a resolver los problemas advertidos. Si queremos enfrentar temas estructurales de la desigualdad y la especialización productiva para dar viabilidad a un sistema económico social y solidario, que nos posibilite un sistema distributivo más justo dinámico y sostenible, es claro que debemos intervenir en varias direcciones (IEPS, 2004)

Con el propósito de alcanzar la mejor políticas macroeconómicas y sectorial. La ciencia y la tecnología en beneficio de toda la colectividad. Las políticas, por otro lado, deben considerar la dualidad de los problemas planteados, que en positivo implican. Los lineamientos del gobierno nacional sobre el cambio de la matriz productiva apuntan a cerrar brechas internas y externas. Se ha planteado transitar hacia una economía basada en recursos finitos, más intensivos en conocimiento, que en recursos naturales.

El cambio de estructura productiva, por otra parte, solo tiene sentido en la medida en que todos los ciudadanos vivan mejor, no en la lógica consumista, sino en una lógica que plantee valores distintos de realización a nivel

individual y social con responsabilidad sobre las futuras generaciones. En esta perspectiva debemos juzgar la búsqueda de condiciones materiales sostenibles para la resolución de los problemas y necesidades que confronta una sociedad históricamente desigual y excluyente como Ecuador, que tiene algunos temas clave de partida que debe perseguir, la soberanía alimentaria, donde los actores de la economía popular y solidaria son muy importantes, la soberanía energética, y las condiciones sociales de salud, educación, vivienda y protección y seguridad social como derecho para todos. (IEPS, 2004)

### 2.5.11 Competitividad



Gráfico N° 8. Competitividad  
Fuente: (Bedregal Calvinisti , 2014)

### 2.6 Hipótesis

El compromiso organizacional contribuye en la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y solidaria de Tungurahua.

H0: El compromiso organizacional no contribuye en la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y solidaria de Tungurahua.

H1: El compromiso organizacional si contribuye en la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y solidaria de Tungurahua.

## **2.7 Señalamiento de variables**

Variable Independiente:                      Compromiso Organizacional

Variable Dependiente:                      Asociatividad

## **CAPITULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1 Enfoque**

El presente trabajo de investigación va a ser desarrollado con un enfoque cualitativo ya que será realizado en el lugar de los hechos para obtener información de acuerdo a los objetivos planteados, con la modalidad de un punto de vista crítico – propositivo.

##### **3.1.1 Cualitativo**

Utilizado para el análisis, comprensión y la interpretación de la información obtenida por la investigación; aparte de que orientó a la comprensión del problema también ayudó al descubrimiento de la hipótesis. Estos luego fueron compartidos, comunicados, a los patrocinadores del trabajo investigativo.

Tiene un enfoque cualitativo debido a que en el presente estudio se investigará exhaustivamente las características relacionadas con las variables del objeto de estudio, en otras palabras, se procederán con la evaluación de la relación que existe actualmente entre el trabajador y la empresa.

##### **3.1.2 Cuantitativo**

Los estudios de corte cuantitativo pretenden la explicación de una realidad social vista desde una perspectiva externa y objetiva. Su intención es buscar la exactitud de mediciones o indicadores sociales con el fin de generalizar sus resultados a poblaciones o situaciones amplias. Trabajan fundamentalmente con el número, el dato cuantificable (Ruiz M. , 2012)

Este paradigma es cuantitativo porque se recopiló datos numéricos, los mismos que pasaron por conteos y medición de datos estadísticos, para la obtención de información.

Tiene un enfoque cuantitativo ya que se medirá la variable dependiente con datos numéricos estadísticos para fundamentar y probar la hipótesis planteada en el presente trabajo investigativo.

### **3.2 Modalidad básica de la investigación**

Para el presente proyecto se van a emplear las siguientes modalidades de investigación.

#### **3.2.1 De Campo**

Según Cajal (2007) “La investigación de campo es aquella que se realiza sobre un área social determinada. Trabajar en el campo significa estar en contacto con los actores sociales que buscamos entender.”

Se utilizará la modalidad de campo debido a que se cuidara a las fuentes directas de información en este caso las personas que forman parte de la empresa a investigar. Con esta modalidad se pretende recolectar la mayor cantidad de información confiable con el objeto de conocer las consecuencias generadas por el problema y se realizará un estudio prospectivo el mismo que nos permitirá proponer alternativas que conlleven a una solución.

#### **3.2.2 Bibliográfica**

Tomando en consideración lo expuesto por (Rodriguez, 2013) “la Investigación Bibliográfica indaga, interpreta, presenta datos e informaciones sobre un tema determinado de cualquier ciencia, utilizando para ello, una metódica de análisis y teniendo como finalidad obtener resultados que pudiesen ser base para el desarrollo de una investigación”.

Se utilizará la modalidad documental bibliográfica debido a que se acudirán a diferentes fuentes de información que permitan realizar un sustento teórico de cada

una de las variables propuestas como libros, revistas científicas, fuentes documentales ya sean de tipo impreso, audiovisual o electrónico.

### **3.2.3 Documental**

Según Galarza (2003), la investigación de carácter documental se apoya en la recopilación de antecedentes a través de documentos gráficos formales e informales, cualquiera que éstos sean, donde el investigador fundamenta y complementa su investigación con lo aportado por diferentes autores. Los materiales de consulta suelen ser las fuentes bibliográficas, iconográficas, fonográficas y algunos medios magnéticos.

Según Morales (2010), la investigación documental es un procedimiento científico, un proceso sistemático de indagación, recolección, organización, análisis e interpretación de información o datos en torno a un determinado tema. Al igual que otros tipos de investigación, éste es conducente a la construcción de conocimientos.

## **3.3 Nivel o tipo de investigación**

En la presente investigación se utilizará el tipo exploratorio, porque permite conocer lo que sucede en la realidad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y solidaria de Tungurahua, determinando el problema y el análisis crítico.

### **3.3.1 Descriptivo**

El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y

resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento. (Morales F. , 2010)

El enfoque descriptivo permitirá la obtención de datos confiables y reales que sustente el proyecto de investigación mediante el análisis e interpretación de las técnicas de recolección de la información respecto al compromiso organizacional en la asociatividad del sector de limpieza de la cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua.

### **3.3.2 Correlacional**

Enfatizando lo expuesto por Morales (2010) “La investigación correlacional indaga sobre la relación entre dos variables y cómo interactúan entre ellas.” Es decir, este tiene como objetivo medir el grado de relación que tienen las variables propuestas. El propósito de la investigación es analizar el compromiso organizacional existente en el sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua. Dicha investigación facilita la realización de las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

### 3.4 Operacionalización de variables

**Tabla N° 4.** Operacionalización de la variable Independiente

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Es el proceso de agrupamiento de personas que trabajan en forma coordinada y concertada para alcanzar sus metas. Con la organización se logra un uso más efectivo de los factores de producción en el sector agropecuario, que el que se alcanza a nivel individual	<p>Características del asociado</p> <p>Ventajas de la asociación</p> <p>Limitantes de la asociación</p>	<p>Cualidades Miembros de la asociación</p> <p>Beneficios Condiciones favorables</p> <p>Gestión administrativa Exclusión</p>	<p>¿Considera que la asociatividad mejorará las fuentes de empleo familiares?</p> <p>¿Considera que la asociatividad mejorará las condiciones de vida de sus miembros?</p> <p>¿Con que frecuencia se presentan en la asociación problemas?</p>	<p>Técnica Encuesta Instrumento Cuestionario</p>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Fernández, M. 2017

**Tabla N° 5.** Operacionalización de la variable Dependiente

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Se entiende aquel conjunto de respuestas afectivas que una persona experimenta ante su trabajo o antecedentes personales y los diferentes aspectos del mismo antecedente ambiental que tienen efectos sobre la satisfacción laboral.	Compromiso Personal  Compromiso Continuo  Satisfacción Laboral	Altas expectativas  Necesidades  Oportunidades  Desempeño Beneficios	¿Considero que el esfuerzo que pongo en mi trabajo está acorde con las retribuciones que del recibo?  ¿Me siento satisfecho con el tiempo que le dedico a realizar mis labores??  ¿Está satisfecho con el esfuerzo que le dedica a realizar sus labores?	Técnica Encuesta Instrumento Cuestionario

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Fernández, M. 2017

### **3.5 Técnicas e instrumentos**

#### **Encuesta**

Existen diferentes metodologías para llevar a cabo un estudio de encuesta (Bizquerra, 2004: 236) y esta va a depender del autor que se adopte en el diseño de la investigación, Buendía (1998) establece tres fases de desarrollo: teórico conceptual, metodológica y estadístico- conceptual; en la primera fase incluye el planteamiento de los de los objetivos y/o problemas e hipótesis de investigación.

Para la medición de la primera variable el cual es la Asociatividad, se adaptó el cuestionario de Klever Mesías (2012) a la realidad a la cual va enfocado el presente estudio. Esta consta en un formato de escala Likert que va desde Totalmente Desacuerdo hasta Totalmente de acuerdo en un continuo numérico del 1 al 5. La validez de las escalas está apoyada en un análisis de factores el cual sustenta el cuestionario. Por otro lado, la confiabilidad de la escala se estableció a través del alfa de Cronbach. (Anexo 1).

De igual manera para la recolección de datos de la segunda variable la cual es el compromiso organizacional se modificó un cuestionario validada por Xavier Sandoval en el cual consta de varias preguntas en base a las dimensiones del se tiene como dimensiones el compromiso (Anexo 2).

### **3.6 Población y Muestra**

#### **Población**

Se pretende trabajar en la investigación con una población de la Cámara de Economía Popular y Solidaria, siendo este un total de 750, para cálculos de la muestra se tomó a los 500 de la Asociatividad Del Sector De Limpieza.

**Tabla N° 6. Población**

Asociaciones	Actividad	N° de socios
13	Textiles	195
6	Limpieza	500
2	Catering	30
2	Mantenimiento	30
Total 23		Total 755

Elaborado por: Fernández, M. 2017

### Muestra

Para el cálculo de la muestra que se utilizará en el presente proyecto de investigación, se procede a realizar un muestreo probabilístico, utilizando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2PQN}{Z^2PQ + Ne^2}$$

Donde:

N= Población

n= Muestra

e= Error máximo admisible (se va a utilizar 5%)

Entonces:

$$n = \frac{Z^2PQN}{Z^2PQ + Ne^2}$$
$$n = \frac{1.96^2 * 0,5 * 0,5 * 500}{1,96^2 * 0,5 * 0,5 + 500 * 0.05^2}$$
$$n = 238$$

### 3.7 Plan de recolección de la Información

**Tabla N° 7.** Plan de Recolección de la Información

<b>PREGUNTAS BÁSICAS</b>	<b>EXPLICACIÓN</b>
¿Para qué?	Conocer la relación la relación que existe entre el compromiso organizacional y la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua.
¿De qué personas u objeto?	De todo el personal del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua.
¿Sobre qué aspectos?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compromiso organizacional,</li> <li>• Acuerdos en el área laboral,</li> <li>• Expectativas en común.</li> <li>• Objetivos de la empresa</li> <li>• Asociatividad</li> </ul>
¿Quién? ¿Quiénes?	Investigador, Isabel Fernández
¿Cuándo?	Año 2017
¿Dónde?	En el sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua.
¿Cuántas veces?	Una sola vez
¿Qué técnicas de recopilación?	Encuesta
¿Con qué?	Cuestionario
¿En qué situación?	En condiciones y circunstancias normales

**Elaborado por:** Fernández, M. 2017

### 3.8 Plan de Procesamiento de la Información

Los datos corregidos se transforman siguiendo ciertos procedimientos:

#### **Procesamiento**

- Revisión crítica de la información corregida; limpieza de información defectuosa, contradictoria, incompleta, no pertinente, etc.

- Repetición de la recolección para corregir fallas de contestación.
- Tabulación o cuadros según variables de cada hipótesis.
- Estudio estadístico de datos para representación de resultados.

### **Análisis**

Los datos corregidos se analizan de la siguiente manera:

- Análisis de los resultados estadísticos, destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis.
- Interpretación de los resultados, con apoyo del marco teórico.
- Comprobación de hipótesis.
- Establecimiento de conclusiones y recomendaciones

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1 Análisis e interpretación del comportamiento organizacional

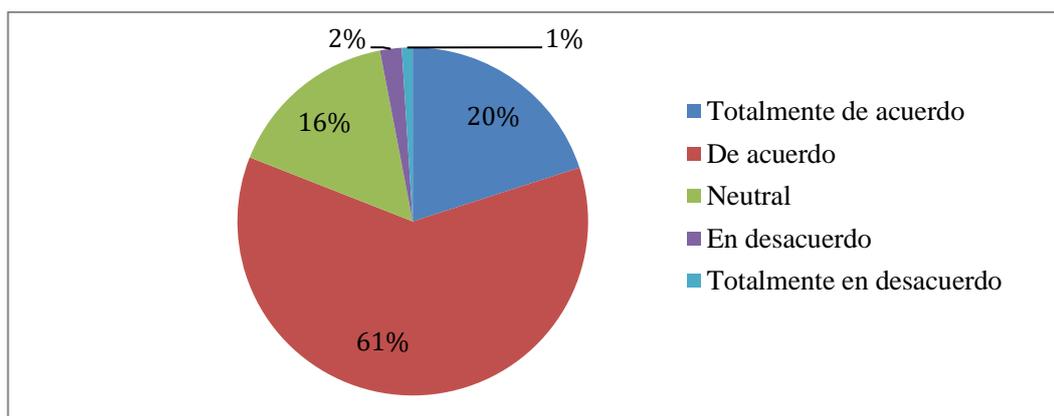
#### Pregunta 1.- Siento orgullo de trabajar en una empresa de alta reputación

**Tabla N° 8.** Siento orgullo de trabajar en una empresa de alta reputación

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	48	20,00%
De acuerdo	145	61,00%
Neutral	38	16,00%
En desacuerdo	5	2,00%
Totalmente en desacuerdo	2	1,00%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Fernández, M. 2017



**Gráfico N° 9.** Siento orgullo de trabajar en una empresa de alta reputación

Fuente: Tabla N°9

Elaborado por: Fernández, M. 2017

#### Análisis

Con respecto a la pregunta se siento orgullo de trabajar en una empresa de alta reputación un 20% menciona que están totalmente de acuerdo, un 61% de acuerdo, un 16% neutral, un 25 en desacuerdo y un 1% totalmente en desacuerdo.

#### Interpretación

Se puede observar que la mayoría del personal del sector limpieza siente orgullo de trabajar en una empresa de alta reputación.

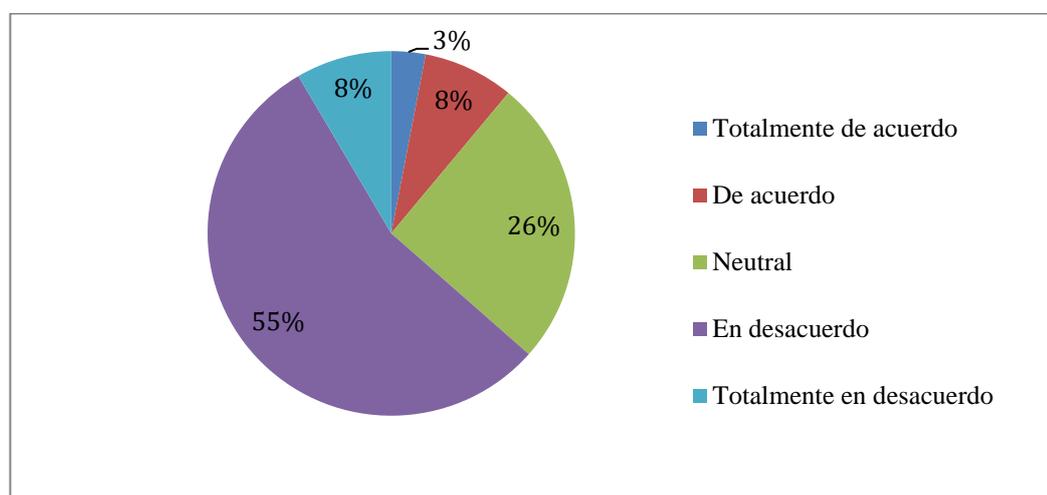
## Pregunta 2.- Estoy contento por como la empresa en la que trabajo me valora

**Tabla N° 9.** Estoy contento por como la empresa en la que trabajo me valora

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	7	3,00%
De acuerdo	19	8,00%
Neutral	61	25,50%
En desacuerdo	131	55,00%
Totalmente en desacuerdo	20	8,43%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Fernández, M. 2017



**Gráfico N° 10.** Estoy contento por como la empresa en la que trabajo me valora

Fuente: Tabla N°10

Elaborado por: Fernández, M. 2017

### Análisis

Estoy contento por como la empresa en la que trabajo me valora un 3% menciona que están totalmente de acuerdo, un 8% de acuerdo, un 26,00% neutral, un 55% en desacuerdo y un 8 totalmente en desacuerdo.

### Interpretación

La mayor parte de los encuestados manifestó estar totalmente de acuerdo en cómo la empresa en la que trabaja los valora.

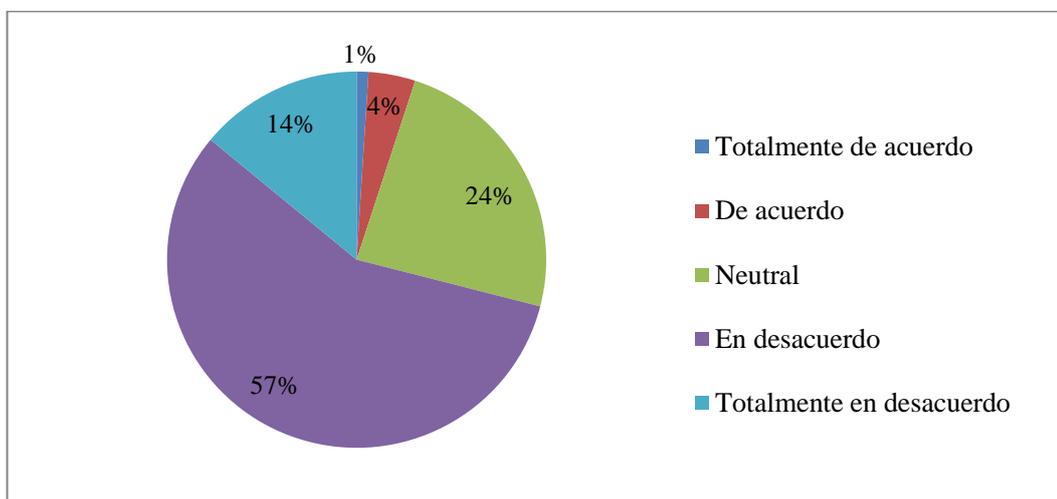
### Pregunta 3.- Estoy orgulloso de la conciencia social y ecológica empresarial que tiene la empresa en la que trabajo

**Tabla N° 10.** Estoy orgulloso de la conciencia social y ecológica empresarial

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	2	1,00%
De acuerdo	10	4,00%
Neutral	57	24,00%
En desacuerdo	136	57,00%
Totalmente en desacuerdo	33	14,00%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Fernández, M. 2017



**Gráfico N° 11.** Estoy orgulloso de la conciencia social y ecológica empresarial

Fuente: Tabla N°11

Elaborado por: Fernández, M. 2017

#### Análisis

Estoy orgulloso de la conciencia social y ecológica empresarial que tiene la empresa en la que trabajo un 1% menciona que están totalmente de acuerdo, un 4% de acuerdo, un 24% neutral, un 57% en desacuerdo y un 14% totalmente en desacuerdo.

#### Interpretación

Se puede visualizar que la mayoría del personal de limpieza está orgulloso de la conciencia social y ecológica empresarial que tiene la empresa en la que trabajan.

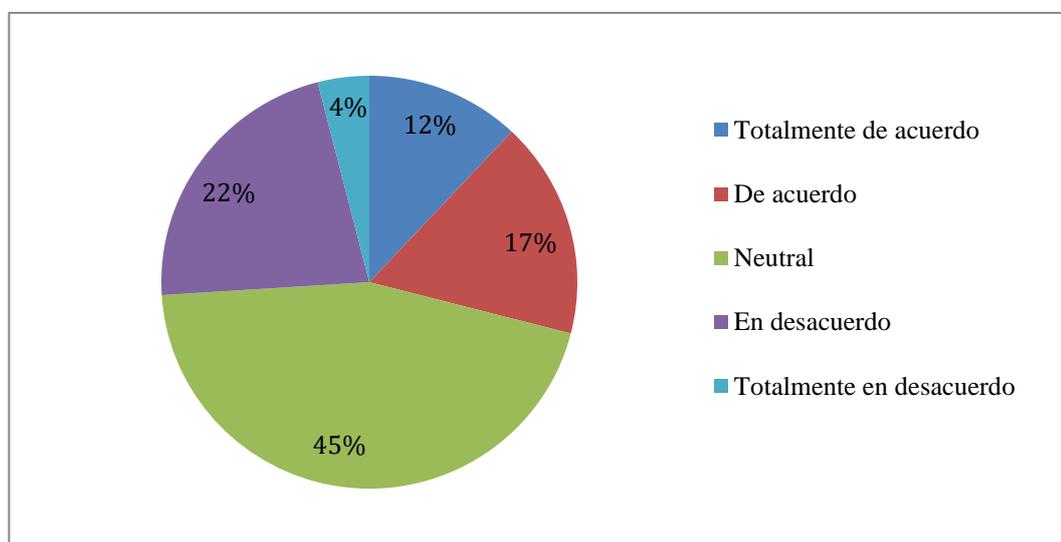
#### Pregunta 4.- Me siento a gusto con la alta dirección y su manejo de la empresa

**Tabla N° 11.** Me siento a gusto con la alta dirección y su manejo de la empresa

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	29	12,00%
De acuerdo	40	17,00%
Neutral	107	45,00%
En desacuerdo	52	22,00%
Totalmente en desacuerdo	10	4,00%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Fernández, M. 2017



**Gráfico N° 12.** Me siento a gusto con la alta dirección y su manejo de la empresa

Fuente: Tabla N°12

Elaborado por: Fernández, M. 2017

#### Análisis

Me siento a gusto con la alta dirección y su manejo de la empresa un 12% menciona que están totalmente de acuerdo, un 17% de acuerdo, un 45% neutral, un 22% en desacuerdo y un 4% totalmente en desacuerdo.

#### Interpretación

La mayoría de las personas encuestadas dijo que se sienten a gusto en cierta medida con la alta dirección y su manejo de la empresa, de debe a que las personas que ocupan estos cargos no pueden realizarlos de una mejor forma por su falta de conocimiento en cuanto al manejo de una empresa.

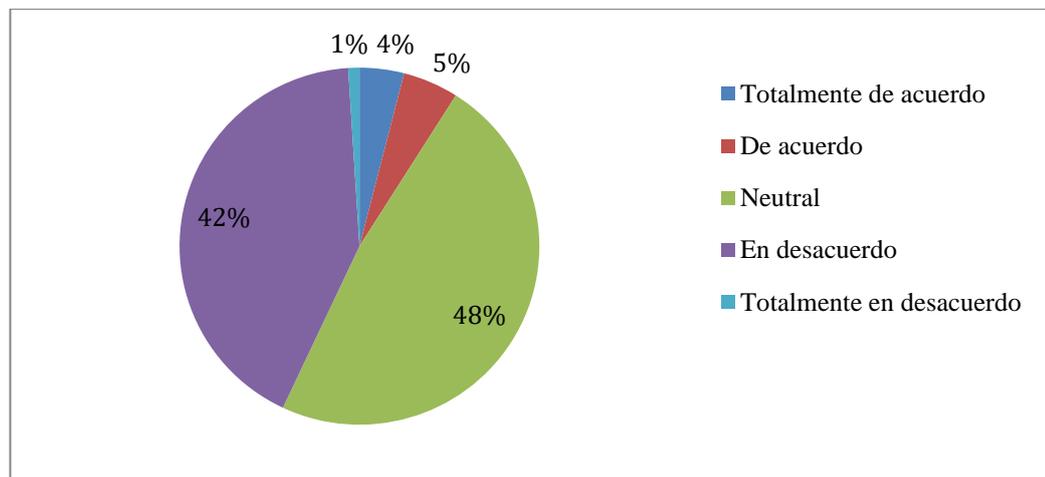
**Pregunta 5.- Estoy satisfecho de cómo mis jefes directos me involucran en el trabajo**

**Tabla N° 12.** Estoy satisfecho de cómo mis jefes directos me involucran en el trabajo

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	10	4,00%
De acuerdo	12	5,00%
Neutral	114	48,00%
En desacuerdo	100	42,00%
Totalmente en desacuerdo	2	1,00%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Fernández, M. 2017



**Gráfico N° 13.** Estoy satisfecho de cómo mis jefes directos me involucran en el trabajo

Fuente: Tabla N°13

Elaborado por: Fernández, M. 2017

**Análisis**

Estoy satisfecho de cómo mis jefes directos me involucran en el trabajo un 4% menciona que están totalmente de acuerdo, un 5% de acuerdo, un 48% neutral, un 42% en desacuerdo y un 1% totalmente en desacuerdo.

**Interpretación**

A partir de las encuestas realizadas, se pudo dilucidar que la mayor parte de los encuestados está de acuerdo con cómo los sus jefes directos los involucran en el trabajo, siendo esta parte relevante ya que jefes se refiere solo a la función que realiza un socio en relación a otro, y se sienten pares al compartir información y cumplir con determinadas actividades.

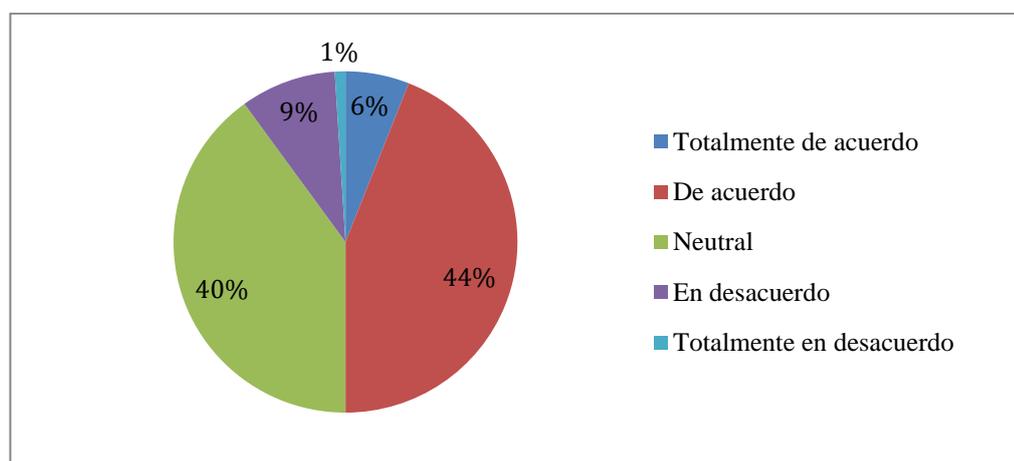
**Pregunta 6.- Me motiva saber que puedo crecer profesionalmente dentro de la empresa**

**Tabla N° 13.** Me motiva saber que puedo crecer profesionalmente

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	14	6,00%
De acuerdo	105	44,00%
Neutral	95	40,00%
En desacuerdo	21	9,00%
Totalmente en desacuerdo	2	1,00%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Fernández, M. 2017



**Gráfico N° 14.** Me motiva saber que puedo crecer profesionalmente

Fuente: Tabla N°14

Elaborado por: Fernández, M. 2017

**Análisis**

Me motiva saber que puedo crecer profesionalmente dentro de la empresa un 6% menciona que están totalmente de acuerdo, un 44% de acuerdo, un 40% neutral, un 9% en desacuerdo y un 6% totalmente en desacuerdo.

**Interpretación**

Un mayor porcentaje del personal de limpieza expresó que está de acuerdo con la motivación de saber que puede crecer profesionalmente dentro de la empresa, ya que el apoyo entre los socios es constante y las facilidades para su superación es uno de los fundamentos del sector al ser solidario uno con el otro.

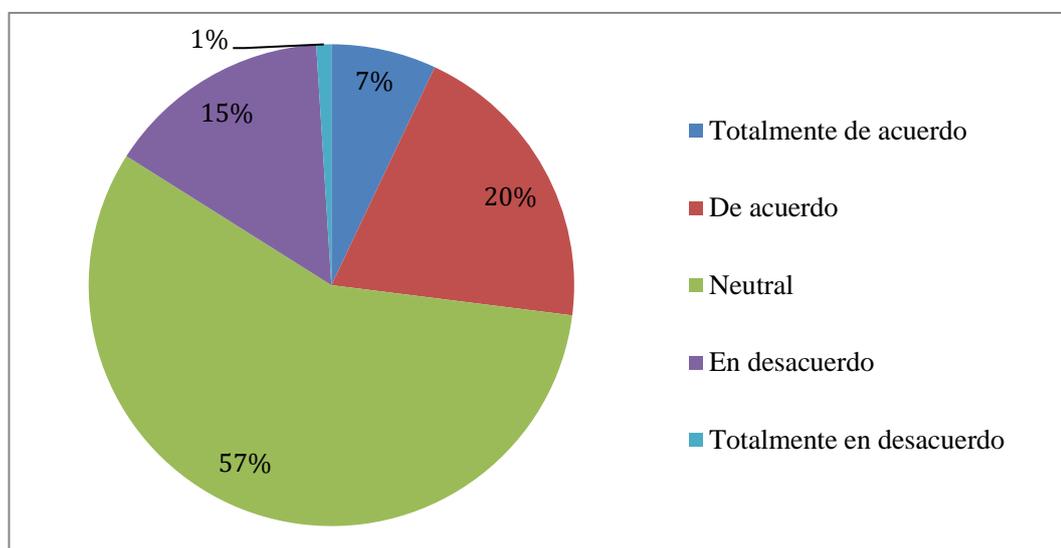
### Pregunta 7.- En mi trabajo aprendo y desarrollo nuevas capacidades.

**Tabla N° 14.** En mi trabajo aprendo y desarrollo nuevas capacidades.

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	17	7,00%
De acuerdo	48	20,00%
Neutral	136	57,00%
En desacuerdo	36	15,00%
Totalmente en desacuerdo	2	1,00%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Fernández, M. 2017



**Gráfico N° 15.** En mi trabajo aprendo y desarrollo nuevas capacidades

Fuente: Tabla N°15

Elaborado por: Fernández, M. 2017

### Análisis

En mi trabajo aprendo y desarrollo nuevas capacidades un 7% menciona que están totalmente de acuerdo, un 20% de acuerdo, un 57% neutral, un 15% en desacuerdo y un 1% totalmente en desacuerdo.

### Interpretación

La mayor parte de las personas encuestadas estimó que en su trabajo aprende y desarrolla nuevas capacidades como función intrínseca de la asociación ya que todos se desarrollan en un acto solidario de aprendizaje constante uno de la mano del otro, esto debería llegar al total de socios con este pensar.

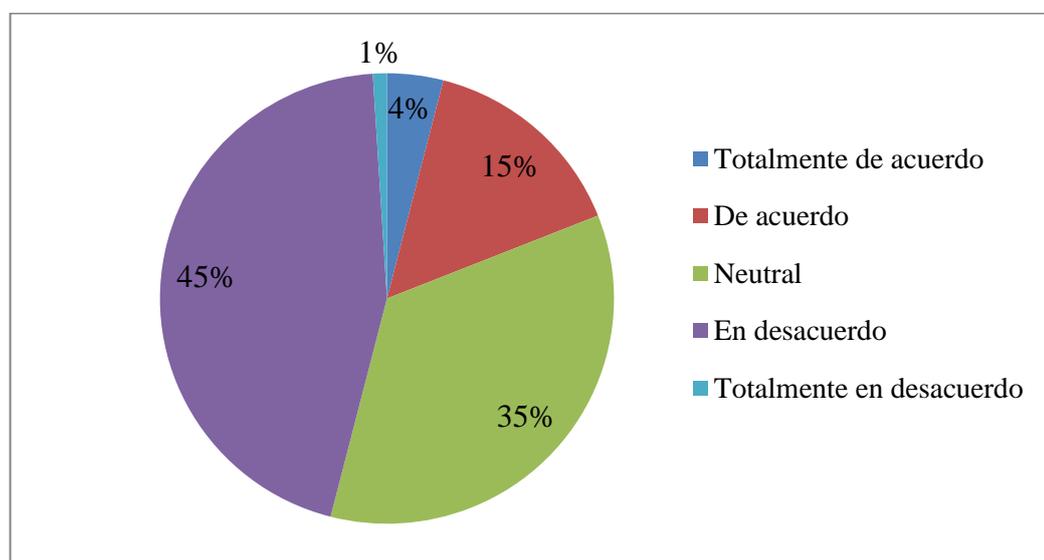
**Pregunta 8.- Estoy de acuerdo de cómo se valora mi desempeño dentro de la empresa.**

**Tabla N° 15.** Estoy de acuerdo de cómo se valora mi desempeño en la empresa.

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	10	4,00%
De acuerdo	36	15,00%
Neutral	83	35,00%
En desacuerdo	107	45,00%
Totalmente en desacuerdo	2	1,00%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Fernández, M. 2017



**Gráfico N° 16.** Estoy de acuerdo de cómo se valora mi desempeño de la empresa.

Fuente: Tabla N°16

Elaborado por: Fernández, M. 2017

### **Análisis**

Estoy de acuerdo de cómo se valora mi desempeño dentro de la empresa un 4% menciona que están totalmente de acuerdo, un 15% de acuerdo, un 35% neutral, un 45% en desacuerdo y un 1% totalmente en desacuerdo.

### **Interpretación**

El personal de limpieza, en un mayor porcentaje está de acuerdo de cómo se valora su desempeño dentro de la empresa este debería llegar al total de socios ya que todos son miembros importantes de la organización.

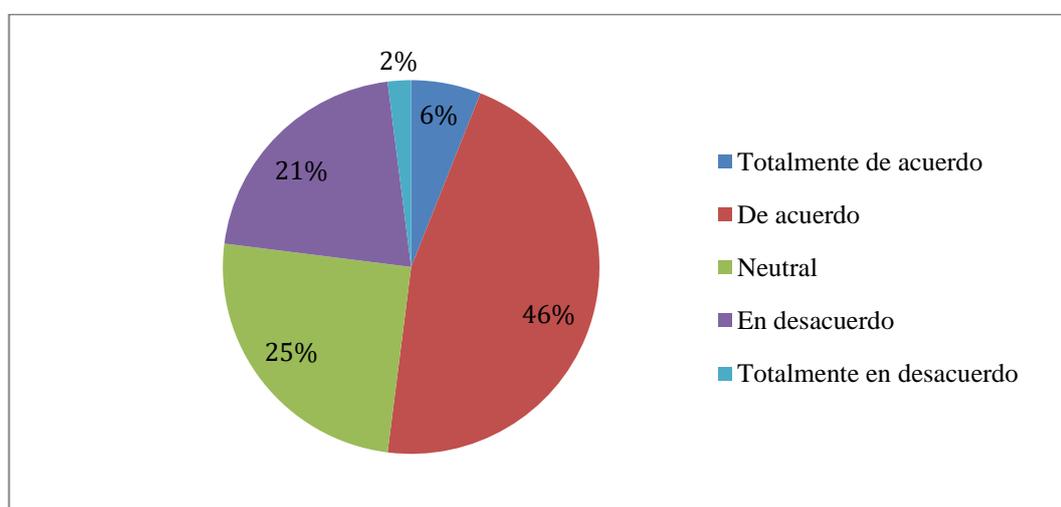
### Pregunta 9.- Siento que en mi empresa hay un buen manejo de las personas

**Tabla N° 16.** Siento que en mi empresa hay un buen manejo de las personas

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	14	6,00%
De acuerdo	109	46,00%
Neutral	60	25,00%
En desacuerdo	50	21,00%
Totalmente en desacuerdo	5	2,00%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Fernández, M. 2017



**Gráfico N° 17.** Siento que en mi empresa hay un buen manejo de las personas

Fuente: Tabla N°17

Elaborado por: Fernández, M. 2017

#### Análisis

Siento que en mi empresa hay un buen manejo de las personas un 6% menciona que están totalmente de acuerdo, un 46% de acuerdo, un 25% neutral, un 21% en desacuerdo y un 2% totalmente en desacuerdo.

#### Interpretación

Un porcentaje muy considerable de los encuestados están totalmente de acuerdo, en que sienten que en su empresa hay un buen manejo de las personas, esto hace referencia a que en nuestro sector prima el ser humano como sujeto y fin, prelación del trabajo sobre el capital.

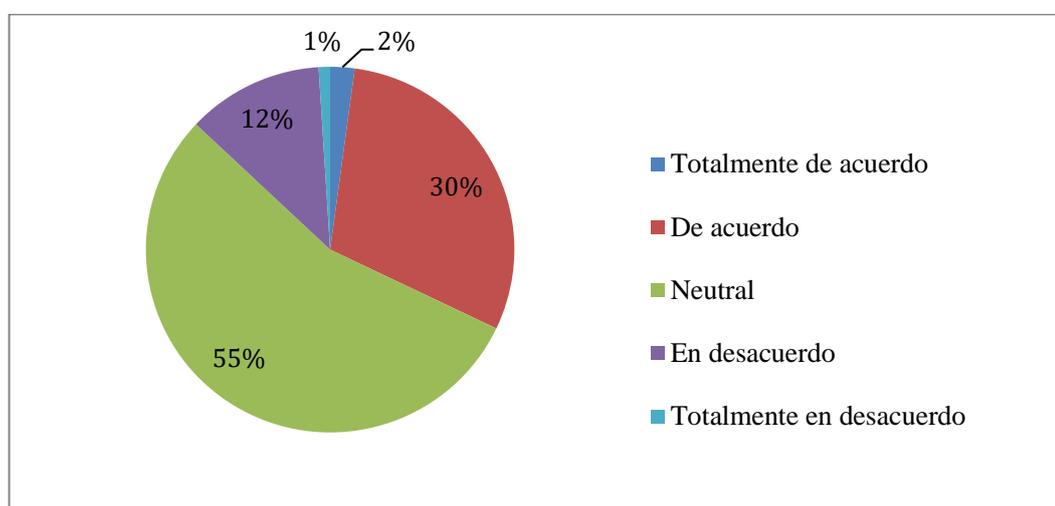
**Pregunta 10.- Siento que mi trabajo es reconocido por mis compañeros y jefes.**

**Tabla N° 17.** Siento que mi trabajo es reconocido por mis compañeros y jefes.

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	5	2,14%
De acuerdo	71	30,00%
Neutral	131	55,00%
En desacuerdo	29	12,00%
Totalmente en desacuerdo	2	1,00%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Fernández, M. 2017



**Gráfico N° 18.** Mi trabajo es reconocido por mis compañeros y jefes.

**Fuente:** Tabla N°18

**Elaborado por:** Fernández, M. 2017

### **Análisis**

Siento que mi trabajo es reconocido por mis compañeros y jefes un 2% menciona que están totalmente de acuerdo, un 30% de acuerdo, un 55% neutral, un 12% en desacuerdo y un 1% totalmente en desacuerdo.

### **Interpretación**

La mayor parte del personal de limpieza siente que su trabajo es reconocido por sus compañeros y jefes, de esta forma dan un aporte positivo a su asociación ya que son sus propios jefes y dueños de la organización.

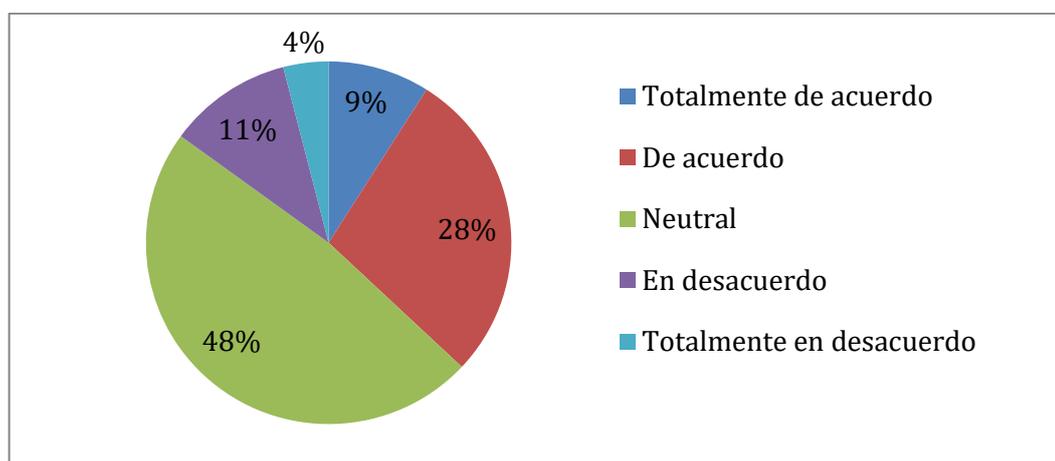
**Pregunta 11.- Me siento conforme con que la recompensa de mi trabajo es acorde a lo que hago**

**Tabla N° 18.** Me siento conforme con que la recompensa de mi trabajo

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	21	9,00%
De acuerdo	67	28,00%
Neutral	114	48,00%
En desacuerdo	26	11,00%
Totalmente en desacuerdo	10	4,00%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Fernández, M. 2017



**Gráfico N° 19.** Me siento conforme con que la recompensa de mi trabajo

Fuente: Tabla N°19

Elaborado por: Fernández, M. 2017

### **Análisis**

Me siento conforme con que la recompensa de mi trabajo es acorde a lo que hago un 9% menciona que están totalmente de acuerdo, un 28% de acuerdo, un 48% neutral, un 11% en desacuerdo y un 4% totalmente en desacuerdo.

### **Interpretación**

La mayor parte de los encuestados están de acuerdo con que la recompensa de su trabajo es acorde a lo que hacen ya que se debe a políticas internas claras y estipuladas en su reglamento.

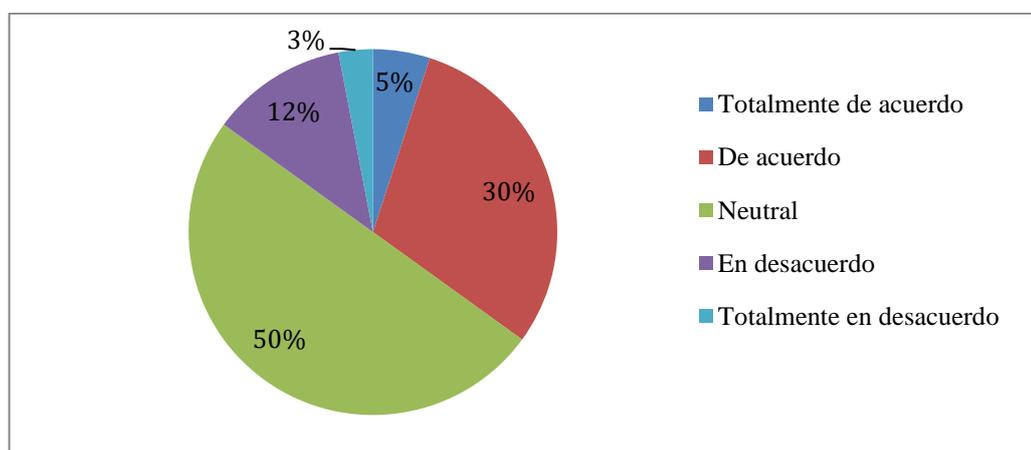
**Pregunta 12.- Me siento orgulloso de como mi empresa les da importancia a los clientes.**

**Tabla N° 19.** Importancia a los clientes.

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	12	5,00%
De acuerdo	71	30,00%
Neutral	119	50,00%
En desacuerdo	29	12,00%
Totalmente en desacuerdo	7	3,00%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Fernández, M. 2017



**Gráfico N° 20.** Importancia a los clientes.

Fuente: Tabla N°20

Elaborado por: Fernández, M. 2017

**Análisis**

Me siento orgulloso de como mi empresa les da importancia a los clientes un 5% menciona que están totalmente de acuerdo, un 30% de acuerdo, un 55% neutral, un 12% en desacuerdo y un 3% totalmente en desacuerdo.

**Interpretación**

La mayoría de las personas encuestadas se sienten orgullosas de cómo su empresa les da importancia a los clientes, ya que es una fortaleza de estas asociaciones de servicios que saben cómo agradar a sus clientes para una repetida compra del servicio.

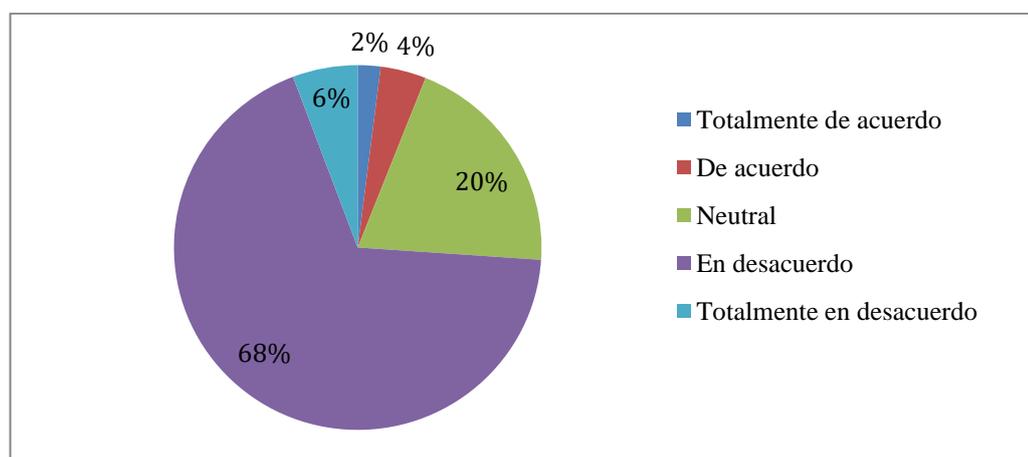
**Pregunta 13.- Puedo realizar mi trabajo de manera cómoda, gracias a las instalaciones existentes.**

**Tabla N° 20.** Buenas instalaciones existentes en la empresa

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	3	2,00%
De acuerdo	6	4,00%
Neutral	28	20,00%
En desacuerdo	95	68,00%
Totalmente en desacuerdo	8	5,71%
<b>Total</b>	<b>140</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Fernández, M. 2017



**Gráfico N° 21.** Buenas instalaciones en la empresa.

Fuente: Tabla N°21

Elaborado por: Fernández, M. 2017

**Análisis**

Puedo realizar mi trabajo de manera cómoda, gracias a las instalaciones existentes un 2% menciona que están totalmente de acuerdo, un 4% de acuerdo, un 20% neutral, un 68% en desacuerdo y un 2% totalmente en desacuerdo.

**Interpretación**

La mayor parte del personal de limpieza está totalmente de acuerdo, en que pueden realizar su trabajo de manera cómoda, gracias a las instalaciones existentes, esto es acorde al contrato en el que se esté brindando el servicio.

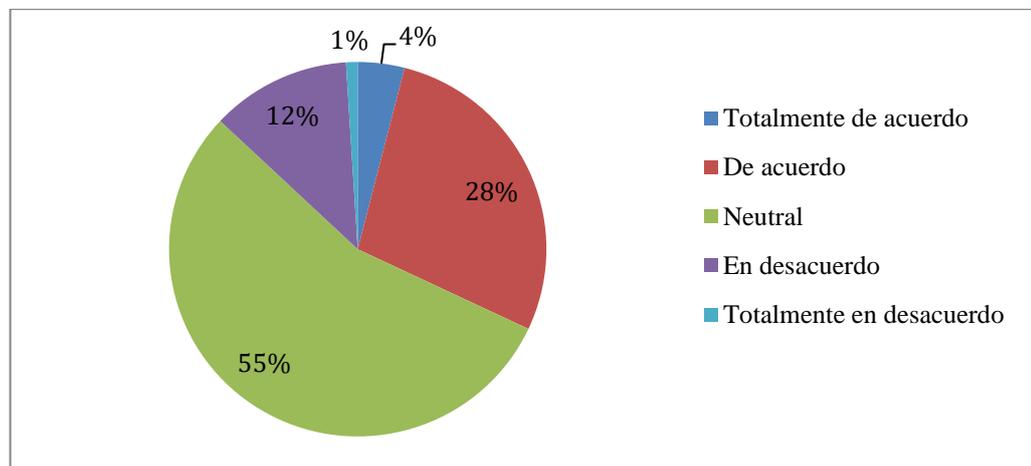
**Pregunta 14.- Siento que la compañía maneja muy bien la comunicación entre sus áreas, entre supervisor y supervisado, y entre pares.**

**Tabla N° 21.** La compañía maneja muy bien la comunicación

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	9,52	4%
De acuerdo	66,64	28%
Neutral	130,9	55%
En desacuerdo	28,56	12%
Totalmente en desacuerdo	2,38	1%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Fernández, M. 2017



**Gráfico N° 22.** La compañía maneja muy bien la comunicación

Fuente: Tabla N°22

Elaborado por: Fernández, M. 2017

**Análisis**

Siento que la compañía maneja muy bien la comunicación entre sus áreas, entre supervisor y supervisado, y entre pares un 4% menciona que están totalmente de acuerdo, un 28% de acuerdo, un 55% neutral, un 12% en desacuerdo y un 1% totalmente en desacuerdo.

**Interpretación**

En un mayor porcentaje, las personas encuestadas están de acuerdo en que la compañía maneja muy bien la comunicación entre sus áreas, entre supervisor y supervisado, y también entre pares, esto es debido a estar sujetos a reuniones en donde se da a conocer particularidades de la asociación en sus lugares de trabajo

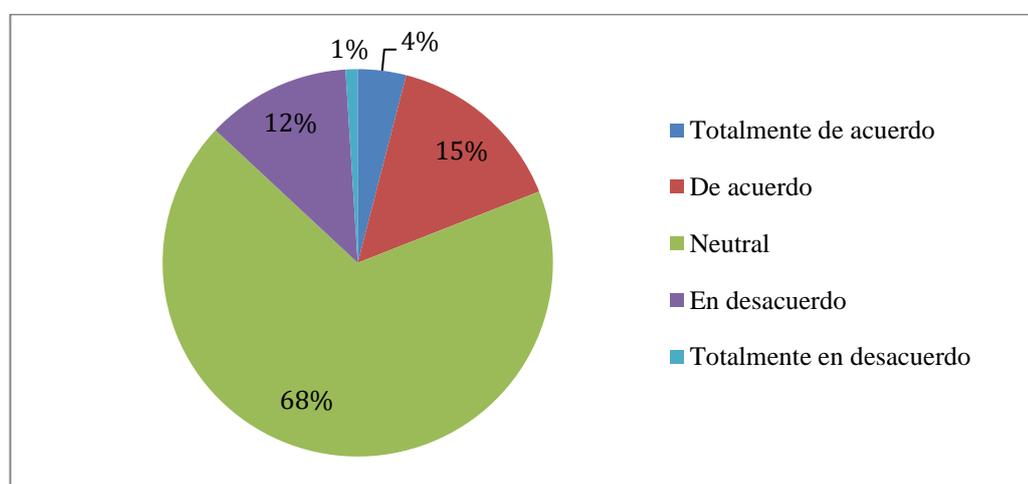
### Pregunta 15.- Estoy tranquilo por trabajar en un ambiente seguro.

**Tabla N° 22.** Estoy tranquilo por trabajar en un ambiente seguro.

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	9,52	4%
De acuerdo	35,7	15%
Neutral	161,84	68%
En desacuerdo	28,56	12%
Totalmente en desacuerdo	2,38	1%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Fernández, M. 2017



**Gráfico N° 23.** Estoy tranquilo por trabajar en un ambiente seguro.

**Fuente:** Tabla N°23

**Elaborado por:** Fernández, M. 2017

### Análisis

Estoy tranquilo por trabajar en un ambiente seguro un 4% menciona que están totalmente de acuerdo, un 15% de acuerdo, un 12% neutral y un 1% en desacuerdo.

### Interpretación

La mayoría de las personas que trabajan en el área de limpieza, están totalmente de acuerdo, en que están tranquilos por trabajar en un ambiente seguro.

#### 4.1 Análisis e interpretación de la asociatividad

Encuesta para recolectar información acerca de la percepción del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y solidaria de Tungurahua.

##### Pregunta 1.- Género

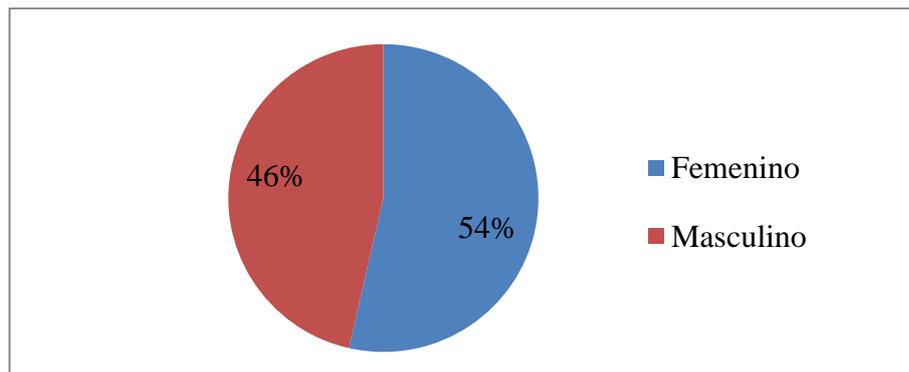
**Tabla N° 23.** Género

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Femenino	127	54%
Masculino	111	46%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Fernández, M. 2017

#### ASPECTOS GENERALES



**Gráfico N° 24.** Género

Fuente: Encuesta 24

Elaborado por: Fernández, M. 2017

#### Análisis

En relación a las personas que formaron parte del presente estudio se puede verificar que el 54% son mujeres y el 46% son hombres por lo que no existe diferencia o discriminación de género para formar parte de la investigación.

#### Interpretación

En relación al hablar de que existe una diferencia entre hombres y mujeres que se dediquen a la actividad de limpieza se rompe el paradigma tradicional e donde se piensa que solo la mujer cumple esta labor, se puede observar en esta investigación que la diferencia es mínima.

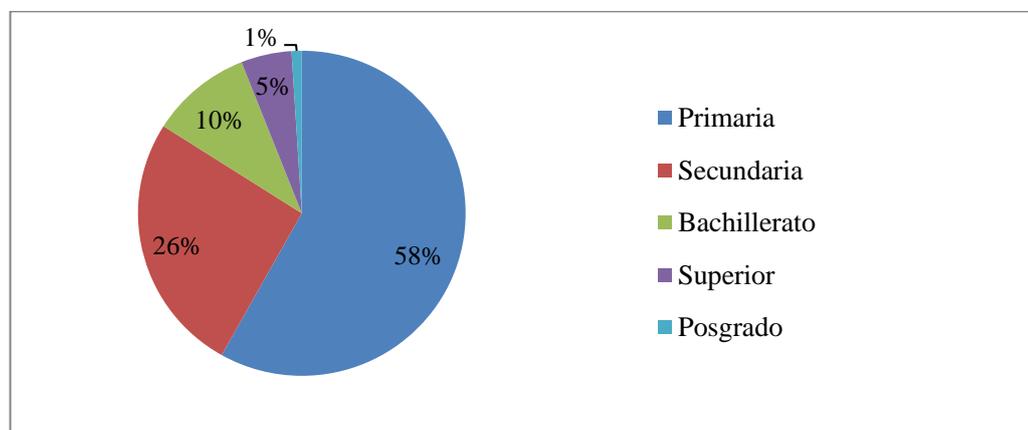
## Pregunta 2.- Formación

**Tabla N° 24.** Formación

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Primaria	138	58,14%
Secundaria	62	25,86%
Bachillerato	24	10,00%
Superior	12	5,00%
Posgrado	2	1,00%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Fernández, M. 2017



**Gráfico N° 25.** Formación

Fuente: Tabla N°25

Elaborado por: Fernández, M. 2017

### Análisis

La formación de las personas encuestadas con respecto a la primaria un 58% un 26% formación secundaria, un 10%, de los socios con una formación de bachillerato un 5% superior y 1% posgrados.

### Interpretación

En relación al área de formación se puede observar que la gran mayoría si de las personas tiene una formación primaria, es decir, más de la mitad y secundaria se tiene casi la mitad de personas que son parte de las asociaciones de limpieza y estas incluyen a sus representantes que no tienen una adecuada preparación académica y están en cargos directivos afectando de manera significativa el no poder general una buena sinergia entre sus miembros

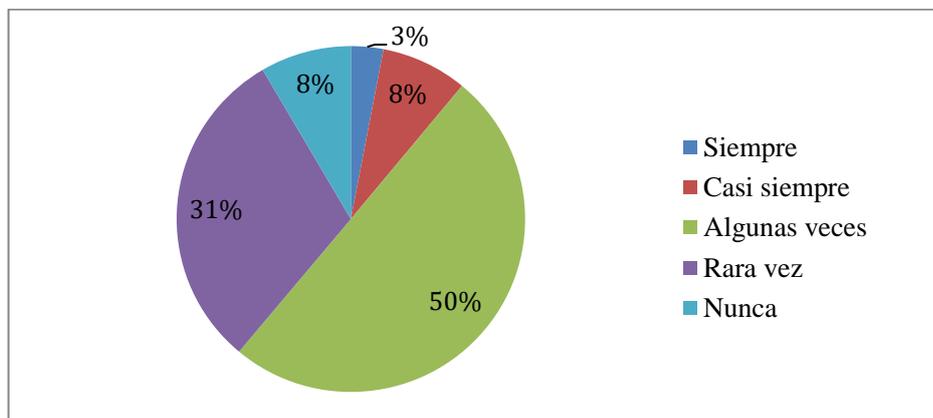
**Pregunta 3.- ¿Cree usted que la oportuna información financiera es indispensable para el éxito de la asociación?**

**Tabla N° 25.** Oportuna información financiera

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre	7	3,00%
Casi siempre	19	8,00%
Algunas veces	119	50,00%
Rara vez	72	30,43%
Nunca	20	8,43%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Fernández, M. 2017



**Gráfico N° 26.** Oportuna información financiera

Fuente: Tabla N°26

Elaborado por: Fernández, M. 2017

**Análisis**

En la pregunta realizada a los encuestados ¿Cree usted que la oportuna información financiera es indispensable para el éxito de la asociación? siempre un 3%, un 50%, casi siempre un 31% algunas veces, rara vez un 8% y un nunca 3%.

**Interpretación**

Es evidente que la información financiera y sobre toda cuando se la trabaja de manera oportuna permite una adecuada toma de decisiones por lo que al ser todos socios debería ser primordial que esta información sea entregada de forma oportuna y se pueda realizar análisis de proyecciones financieras.

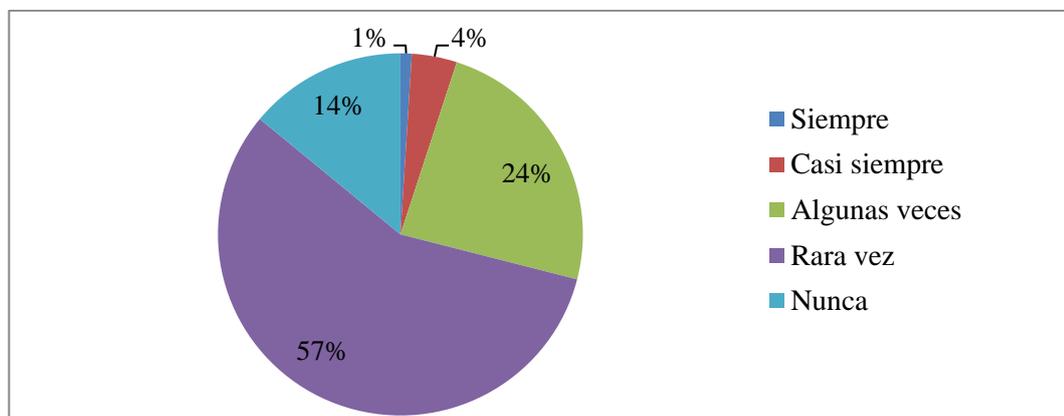
**Pregunta 4.- ¿Considera que la asociación dispone de adecuadas herramientas y reportes para el control de sus recursos?**

**Tabla N° 26.** Reportes para el control de sus recursos

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre	2	1,00%
Casi siempre	10	4,00%
Algunas veces	57	24,00%
Rara vez	136	57,00%
Nunca	33	14,00%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Fernández, M. 2017



**Gráfico N° 27.** Reportes para el control de sus recursos

Fuente: Tabla N°27

Elaborado por: Fernández, M. 2017

**Análisis**

La asociación dispone de herramientas y reportes para el control de sus recursos los encuestados responde que Siempre un 1% de persona, un 4% casi siempre, un 24%, algunas veces, un 57% rara vez y un 14% nunca.

**Interpretación**

En relación a las herramientas para el control de sus recursos es muy preocupante porque dicen que rara vez se dispone de reportes y herramientas que ayuden al adecuado control en relación al 57% mientras que solo un 4% mencionaron que siempre se dispone de las mismas. Es indispensable que las asociaciones analicen la importancia de tener controles en sus recursos para su adecuado manejo.

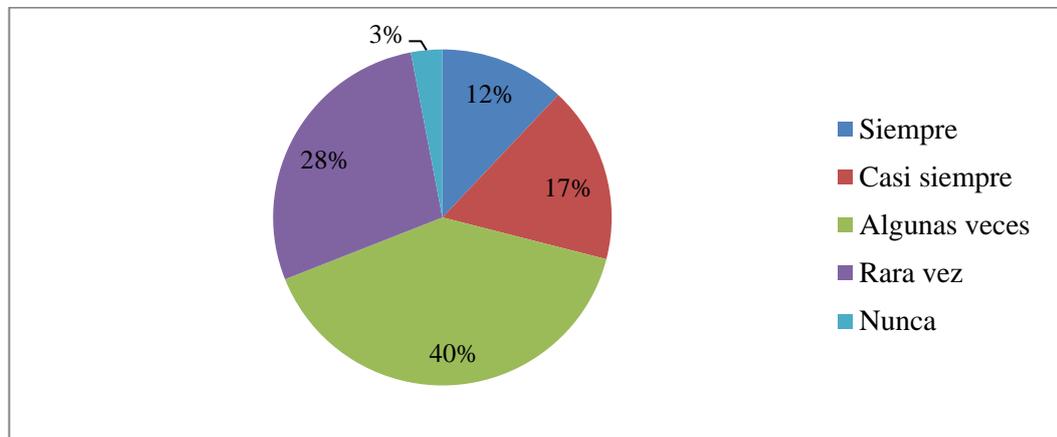
**Pregunta 5.- ¿En la asociación, se garantiza la equidad y democracia en cada uno de sus miembros?**

**Tabla N° 27.** En la asociación se garantiza la equidad y democracias

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre	29	12,00%
Casi siempre	40	17,00%
Algunas veces	95	40,00%
Rara vez	67	28,00%
Nunca	7	3,00%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Fernández, M. 2017



**Gráfico N° 28.** En la asociación se garantiza la equidad y democracias

Fuente: Tabla N°28

Elaborado por: Fernández, M. 2017

**Análisis**

En la asociación se garantiza la equidad y democracias de los encuestados dicen Siempre un 12% de persona, un 17% casi siempre, un 40%, algunas veces, un 28% rara vez y un 3% nunca.

**Interpretación**

En este punto sobre la equidad y democracia de cada uno de los miembros el 40% han manifestado que algunas veces se logra mantener la equidad mientras que el 3% dijeron que nunca se hace esto. Es preocupante ya que se está violentando uno de los principios de la esencia de la Economía Popular y Solidaria que es la equidad, ya que todos sus miembros tienen iguales derechos.

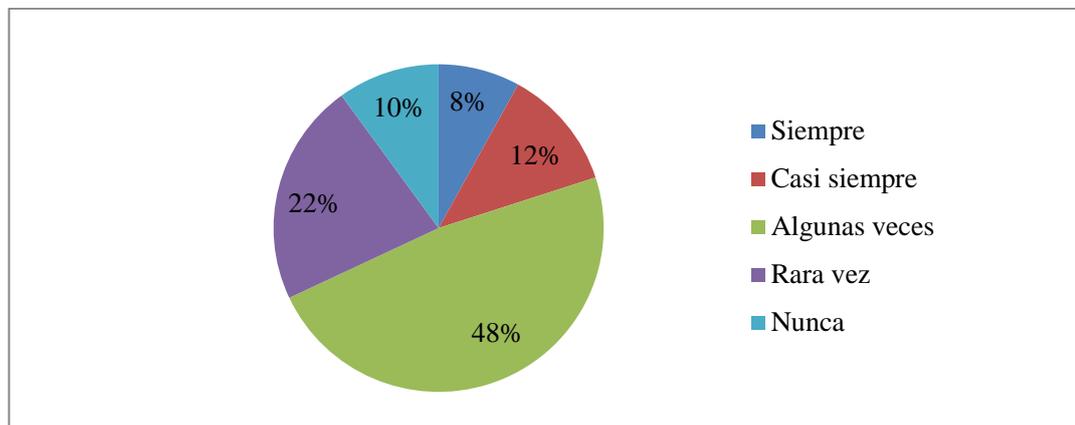
**Pregunta 6.- ¿Cree usted que la estructura de un gobierno corporativo en la asociación ayudará a la adecuada administración de recursos y a la democracia dentro de la asociación?**

**Tabla N° 28.** La estructura de un gobierno corporativo en la asociación

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Siempre	19	8,00%
Casi siempre	29	12,00%
Algunas veces	114	48,00%
Rara vez	52	22,00%
Nunca	24	10,00%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Fernández, M. 2017



**Gráfico N° 29.** La estructura de un gobierno corporativo en la asociación

Fuente: Tabla N°29

Elaborado por: Fernández, M. 2017

### Análisis

Con respecto a la estructura de un gobierno corporativo en la asociación ayudará a la adecuada administración de recursos y a la democracia dentro de la asociación, siempre un 8% de persona, un 12% casi siempre, un 48%, algunas veces, un 22% rara vez y un 10% nunca.

### Interpretación

Es evidente que cuando el gobierno corporativo está bien definido en función a los objetivos de las empresas la administración de los recursos estará en relación con los mismos por lo que el 48% asevera que algunas veces es así. Se debería trabajar para que todas las organizaciones se eduquen y lleven un gobierno corporativo adecuado

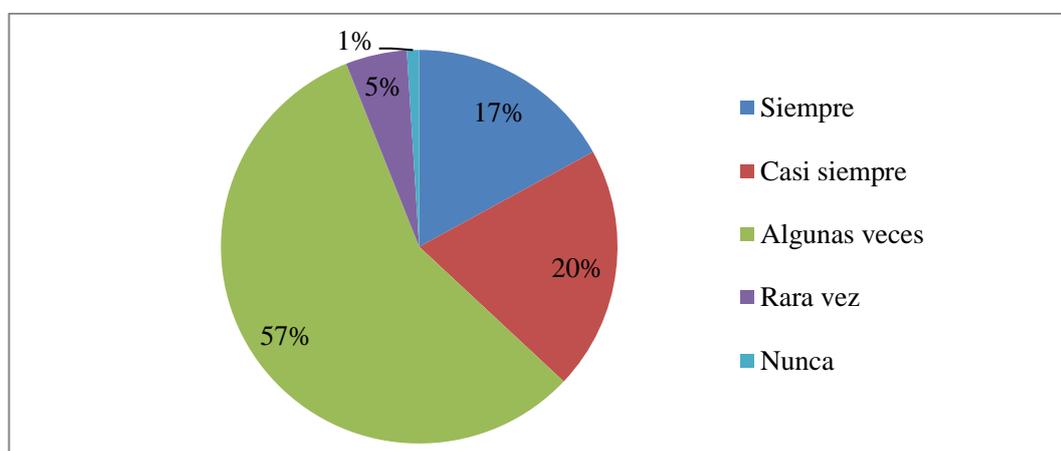
**Pregunta 7.- ¿Se encuentra satisfecho con los ingresos beneficios generados en la asociación?**

**Tabla N° 29.** Beneficios generados en la asociación

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre	40	17,00%
Casi siempre	48	20,00%
Algunas veces	136	57,00%
Rara vez	12	5,00%
Nunca	2	1,00%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Fernández, M. 2017



**Gráfico N° 30.** Beneficios generados en la asociación

Fuente: Tabla N°30

Elaborado por: Fernández, M. 2017

**Análisis**

Beneficios generados en la asociación son siempre un 17% de persona, un 20% casi siempre, un 57%, algunas veces, un 5% rara vez y un 1% nunca.

**Interpretación**

Los ingresos son un punto muy importante para cada miembro ya que significa rentabilidad personal por lo que el 57% han manifestado que algunas veces presentan satisfacción sobre este punto mientras que solo el 17% dicen que siempre. Al hablar de trabajo asociativo los ingresos siempre deberían estar a la satisfacción del socio aportando a la sostenibilidad de la asociación

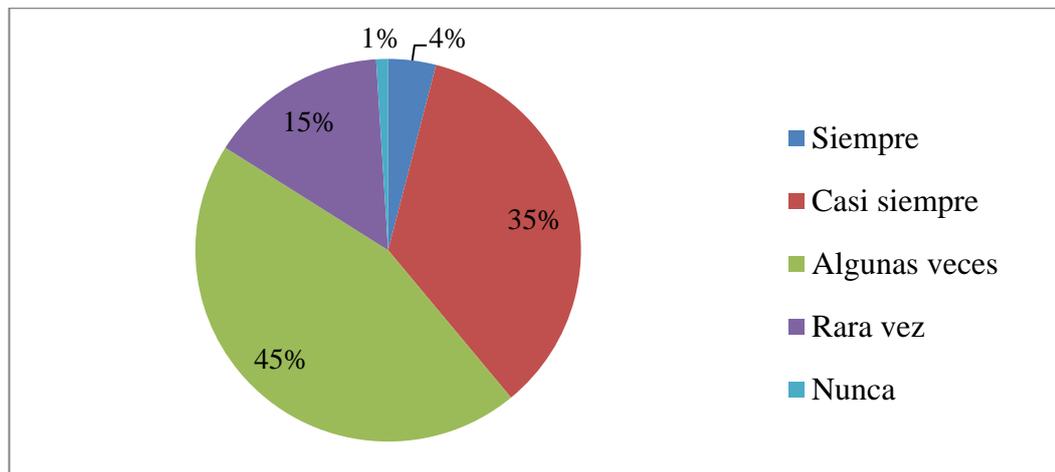
**Pregunta 8.- Considera que la asociatividad mejorará las fuentes de empleo (familiares, personas cercanas, personas recomendadas o personas con necesidades especiales)**

**Tabla N° 30.** La asociatividad mejorará las fuentes de empleo

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Siempre	10	4,00%
Casi siempre	83	35,00%
Algunas veces	107	45,00%
Rara vez	36	15,00%
Nunca	2	1,00%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Fernández, M. 2017



**Gráfico N° 31.** La asociatividad mejorará las fuentes de empleo

Fuente: Tabla N°31

Elaborado por: Fernández, M. 2017

### Análisis

La asociatividad mejorará las fuentes de empleo Siempre un 4% de persona, un 35% casi siempre, un 45%, algunas veces, un 15% rara vez y un 1% nunca.

### Interpretación

El 45% mencionan que algunas veces las asociaciones si mejoran las fuentes de empleo debido a la organización con la que se enfoca, el 1% sin embargo manifestó que nunca han sido beneficiados en relación al empleo con personas cercanas. Al ser asociaciones dedicadas a brindar servicios siempre están dependientes del mercado cambiante, de quienes los contraten por ende la ayuda a empleo para el socio en si o personas cercanas es cambiante.

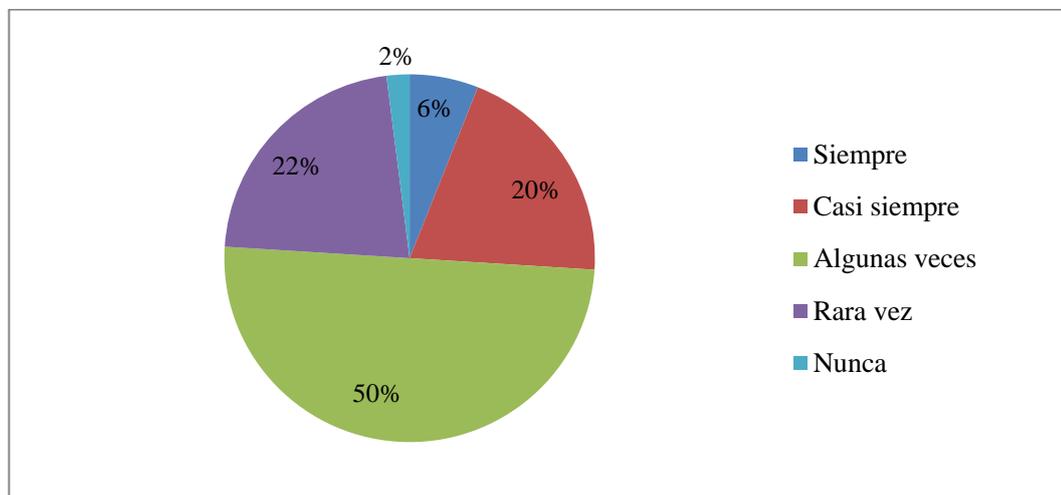
**Pregunta 9.- ¿Considera que la asociatividad mejorará las condiciones de vida de sus miembros?**

**Tabla N° 31.** La asociatividad mejorará las condiciones de vida

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre	14	6,00%
Casi siempre	48	20,00%
Algunas veces	119	50,00%
Rara vez	52	22,00%
Nunca	5	2,00%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Fernández, M. 2017



**Gráfico N° 32.** La asociatividad mejorará las condiciones de vida

Fuente: Tabla N°32

Elaborado por: Fernández, M. 2017

**Análisis**

La asociatividad mejorará las condiciones de vida Siempre un 6% de persona, un 20% casi siempre, un 50%, algunas veces, un 22% rara vez y un 2% nunca.

**Interpretación**

Las asociaciones buscan el bienestar de todos los miembros por lo que deben estar encaminados desde el inicio bajo estas bases por lo que el 50% se manifestó que algunas veces si han mejorado las condiciones de vida pero el 2% dijeron que nunca.

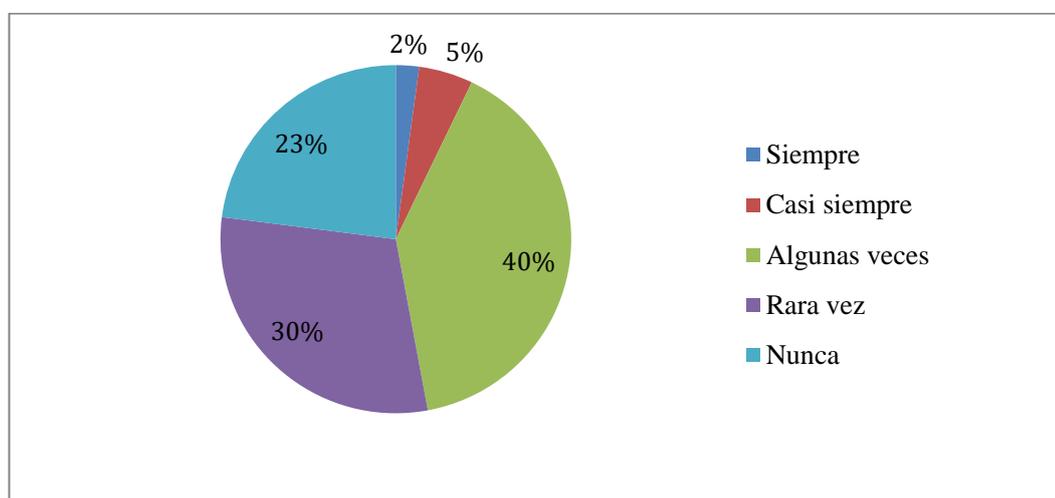
**Pregunta 10.- ¿Considera que la asociatividad ha generado trabajo de manera equitativa para todos sus miembros?**

**Tabla N° 32.** La asociatividad ha generado trabajo de manera equitativa

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Siempre	5	2,14%
Casi siempre	12	5,00%
Algunas veces	95	40,00%
Rara vez	71	30,00%
Nunca	55	23,00%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Fernández, M. 2017



**Gráfico N° 33.** La asociatividad ha generado trabajo de manera equitativa

Fuente: Tabla N°33

Elaborado por: Fernández, M. 2017

**Análisis**

La asociatividad ha generado trabajo de manera equitativa para todos sus miembros los encuestados mencionan que siempre un 2% de persona, un 5% casi siempre, un 40%, algunas veces, un 30% rara vez y un 23% nunca.

**Interpretación**

En este sentido sobre el trabajo en la asociatividad existe equilibrio en los resultados obtenidos debido a que el 30% han mencionado que rara vez el trabajo ha sido equitativo mientras que apenas el 23% percibieron que nunca. Se debe encaminar a que exista una equidad en cuanto al trabajo por la naturaleza de la asociación.

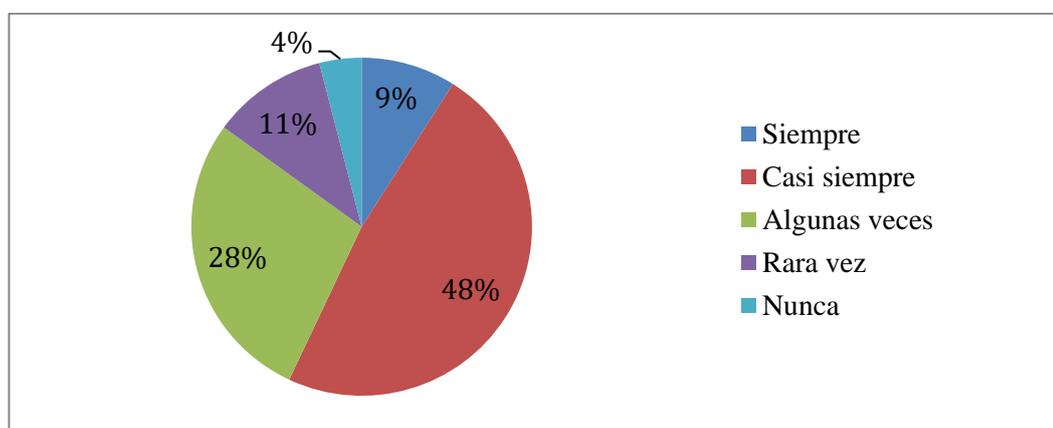
**Pregunta 11.- ¿Considera que la asociatividad ha permitido mejorar el poder de negociación?**

**Tabla N° 33.** La asociatividad ha permitido mejorar el poder de negociación

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre	21	9,00%
Casi siempre	114	48,00%
Algunas veces	67	28,00%
Rara vez	26	11,00%
Nunca	10	4,00%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Fernández, M. 2017



**Gráfico N° 34.** La asociatividad ha permitido mejorar el poder de negociación

Fuente: Tabla N°34

Elaborado por: Fernández, M. 2017

### **Análisis**

La asociatividad ha permitido mejorar el poder de negociación en donde los encuestados dicen que siempre un 9% de persona, un 48% casi siempre, un 28%, algunas veces, un 11% rara vez y un 4% nunca.

### **Interpretación**

El 48% manifestó que la asociatividad si poseen casi siempre poder sobre la organización lo que es un punto muy importante debido al apoyo que se tiene Enel gobierno que a las asociaciones se da el privilegio de la compra por catálogo pero no se ha logrado una adecuada negociación con precios justos.

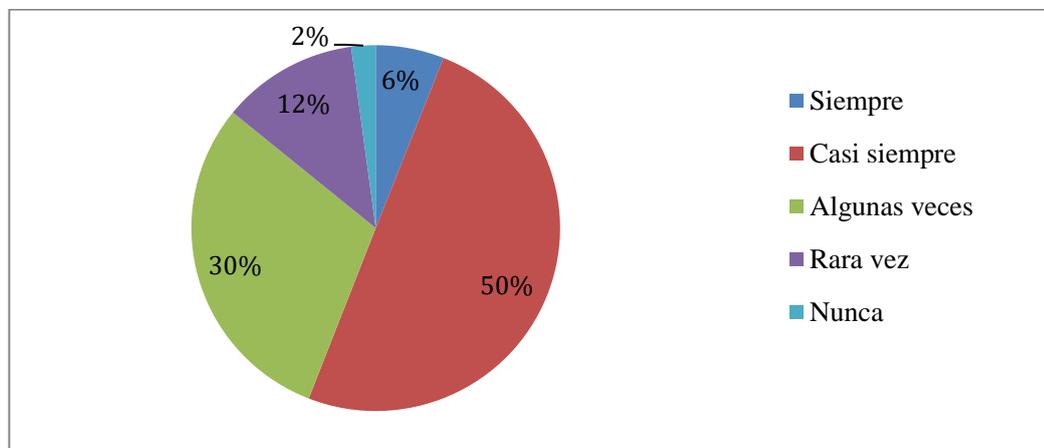
**Pregunta 12.- ¿Con que frecuencia se presentan en la asociación problemas?**

**Tabla N° 34.** Frecuencia se presentan en la asociación problemas

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre	14	6,00%
Casi siempre	119	50,00%
Algunas veces	71	30,00%
Rara vez	29	12,00%
Nunca	5	2,14%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Fernández, M. 2017



**Gráfico N° 35.** Frecuencia se presentan en la asociación problemas

Fuente: Tabla N°35

Elaborado por: Fernández, M. 2017

**Análisis**

Con que frecuencia se presentan en la asociación problemas Siempre un 6% de persona, un 50% casi siempre, un 30%, algunas veces, un 12% rara vez y un 2% nunca.

**Interpretación**

El 50% piensan que casi siempre si se han presentado problemas en la asociación y tan solo el 2% nunca han tenido problemas por lo que hay que identificar falencias que permitan reducir este tipo de aspecto, y aprender de ellos, ya que es muy complicado que los socios entiendan la naturaleza real de lo que es economía popular y solidaria y sepan que es un sistema diferente de economía, se debe de educar a los socios buscando ayuda de entidades que den este soporte.

### 4.3 Comprobación de hipótesis

La comprobación de la hipótesis se realiza a partir de los resultados de la aplicación de la encuesta dirigida a los usuarios de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua, tomando en consideración las variables de estudio. Para el efecto, se aplica como el estadístico de prueba de hipótesis la prueba Correlación de Pearson.

El procedimiento seguido se detalla a continuación:

#### Hipótesis Nula $H_0$

El compromiso organizacional no contribuye en la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y solidaria de Tungurahua.

#### Hipótesis Alterna $H_1$

El compromiso organizacional si contribuye en la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y solidaria de Tungurahua.

### 4.4 Tipos de variables

Las categorías utilizadas para la medición de las variables son las siguientes:

**Tabla N° 35.** Categorías de medición cualitativa y cuantitativa.

Variable independiente: Compromiso Organizacional		Variable dependiente: Asociatividad	
Cuantitativo	Cualitativo	Cuantitativo	Cualitativo
5	Totalmente de acuerdo	5	Siempre
4	De acuerdo	4	Casi siempre
3	Neutral	3	Algunas veces
2	En desacuerdo	2	Rara vez
1	Totalmente en desacuerdo	1	Nunca

Elaborado por: Fernández, M. 2017

#### 4.4.1 Agrupación de datos

Las encuestas están conformadas por ítems que miden a las variables Compromiso organizacional y Asociatividad, independiente y dependiente, respectivamente. En el caso de la variable independiente consta de 15 ítems y la variable dependiente posee 10 ítems, con el objeto de obtener un dato numérico para cada individuo y por variable se sumaron los valores de los ítems. De manera que la calificación máxima total por individuo puede ser de 75 para la variable independiente y de 60 para la dependiente. Los datos completos se muestran en el Anexo XX.

#### 4.4.2 Desarrollo

Para calcular el valor del coeficiente de correlación de Pearson se utiliza la siguiente fórmula:

$$r = \frac{n \sum_{i=1}^n x_i y_i - \sum_{i=1}^n x_i \sum_{i=1}^n y_i}{\sqrt{n \sum_{i=1}^n x_i^2 - \left( \sum_{i=1}^n x_i \right)^2} \sqrt{n \sum_{i=1}^n y_i^2 - \left( \sum_{i=1}^n y_i \right)^2}}$$

**Fuente:** Spiegel y Stephens (2009, p. 350)

Donde:

$r$  coeficiente de correlación de Pearson.

$n$  número de datos disponibles por cada variable.

$x_i$  cada uno de los datos de la variable independiente.

$y_i$  cada uno de los datos de la variable dependiente.

$\Sigma$  sumatoria de datos.

En la siguiente tabla se detallan las sumatorias individuales para cada uno de las personas que participaron en la encuesta y por cada variable, una vez que se agruparon los ítems por variables de estudio:

**Tabla N° 36.** Datos disponibles y procedimiento de cálculo del r de Pearson.

No.	Compromiso Organizacional / 75	Asociatividad / 60	$x_i \cdot y_i$	$x_i^2$	$y_i^2$
	$x_i$	$y_i$			
1	61	41	2501	3721	1681
2	68	44	2992	4624	1936
3	65	37	2405	4225	1369
4	66	38	2508	4356	1444
5	68	46	3128	4624	2116
6	53	35	1855	2809	1225
7	66	46	3036	4356	2116
8	62	40	2480	3844	1600
9	63	35	2205	3969	1225
10	59	33	1947	3481	1089
11	67	44	2948	4489	1936
12	63	39	2457	3969	1521
13	49	34	1666	2401	1156
14	69	42	2898	4761	1764
15	62	37	2294	3844	1369
16	55	34	1870	3025	1156
17	67	47	3149	4489	2209
18	34	36	1224	1156	1296
19	68	44	2992	4624	1936
20	64	43	2752	4096	1849
21	66	39	2574	4356	1521
22	60	34	2040	3600	1156
23	64	36	2304	4096	1296
24	64	41	2624	4096	1681
25	51	35	1785	2601	1225
26	50	36	1800	2500	1296
27	68	46	3128	4624	2116
28	38	29	1102	1444	841
29	68	44	2992	4624	1936
30	42	28	1176	1764	784
31	55	37	2035	3025	1369
32	61	41	2501	3721	1681
33	46	30	1380	2116	900
34	64	41	2624	4096	1681
35	66	39	2574	4356	1521
36	64	42	2688	4096	1764
37	41	28	1148	1681	784

No.	Compromiso Organizacional / 75	Asociatividad / 60	$x_i \cdot y_i$	$x_i^2$	$y_i^2$
	$x_i$	$y_i$			
38	66	43	2838	4356	1849
39	30	24	720	900	576
40	69	43	2967	4761	1849
41	65	31	2015	4225	961
42	63	40	2520	3969	1600
43	63	45	2835	3969	2025
44	52	34	1768	2704	1156
45	57	38	2166	3249	1444
46	66	45	2970	4356	2025
47	51	33	1683	2601	1089
48	58	30	1740	3364	900
49	69	43	2967	4761	1849
50	58	31	1798	3364	961
51	41	26	1066	1681	676
52	65	43	2795	4225	1849
53	67	46	3082	4489	2116
54	64	44	2816	4096	1936
55	45	29	1305	2025	841
56	66	42	2772	4356	1764
57	61	43	2623	3721	1849
58	64	44	2816	4096	1936
59	68	45	3060	4624	2025
60	62	38	2356	3844	1444
61	53	37	1961	2809	1369
62	62	39	2418	3844	1521
63	51	31	1581	2601	961
64	67	43	2881	4489	1849
65	54	35	1890	2916	1225
66	36	23	828	1296	529
67	61	36	2196	3721	1296
68	59	36	2124	3481	1296
69	41	32	1312	1681	1024
70	69	47	3243	4761	2209
71	53	34	1802	2809	1156
72	67	48	3216	4489	2304
73	43	25	1075	1849	625
74	44	29	1276	1936	841
75	63	44	2772	3969	1936
76	69	42	2898	4761	1764

No.	Compromiso Organizacional / 75	Asociatividad / 60	$x_i \cdot y_i$	$x_i^2$	$y_i^2$
	$x_i$	$y_i$			
77	41	27	1107	1681	729
78	70	47	3290	4900	2209
79	50	27	1350	2500	729
80	65	44	2860	4225	1936
81	48	26	1248	2304	676
82	55	33	1815	3025	1089
83	66	46	3036	4356	2116
84	42	25	1050	1764	625
85	69	46	3174	4761	2116
86	46	24	1104	2116	576
87	58	45	2610	3364	2025
88	62	36	2232	3844	1296
89	68	47	3196	4624	2209
90	51	36	1836	2601	1296
91	46	37	1702	2116	1369
92	69	46	3174	4761	2116
93	46	27	1242	2116	729
94	63	36	2268	3969	1296
95	67	44	2948	4489	1936
96	59	30	1770	3481	900
97	41	27	1107	1681	729
98	63	38	2394	3969	1444
99	63	39	2457	3969	1521
100	56	31	1736	3136	961
101	60	40	2400	3600	1600
102	57	33	1881	3249	1089
103	68	42	2856	4624	1764
104	43	31	1333	1849	961
105	69	42	2898	4761	1764
106	65	35	2275	4225	1225
107	60	42	2520	3600	1764
108	37	22	814	1369	484
109	63	44	2772	3969	1936
110	61	35	2135	3721	1225
111	51	34	1734	2601	1156
112	66	46	3036	4356	2116
113	53	30	1590	2809	900
114	62	35	2170	3844	1225
115	69	45	3105	4761	2025

No.	Compromiso Organizacional / 75	Asociatividad / 60	$x_i \cdot y_i$	$x_i^2$	$y_i^2$
	$x_i$	$y_i$			
116	49	33	1617	2401	1089
117	63	43	2709	3969	1849
118	41	24	984	1681	576
119	69	48	3312	4761	2304
120	51	30	1530	2601	900
121	64	42	2688	4096	1764
122	68	42	2856	4624	1764
123	35	26	910	1225	676
124	61	38	2318	3721	1444
125	66	42	2772	4356	1764
126	48	36	1728	2304	1296
127	67	48	3216	4489	2304
128	69	49	3381	4761	2401
129	35	22	770	1225	484
130	65	41	2665	4225	1681
131	54	32	1728	2916	1024
132	68	41	2788	4624	1681
133	43	23	989	1849	529
134	60	44	2640	3600	1936
135	59	40	2360	3481	1600
136	61	40	2440	3721	1600
137	58	36	2088	3364	1296
138	67	46	3082	4489	2116
139	60	41	2460	3600	1681
140	51	35	1785	2601	1225
141	42	29	1218	1764	841
142	64	42	2688	4096	1764
143	69	43	2967	4761	1849
144	53	40	2120	2809	1600
145	58	37	2146	3364	1369
146	55	45	2475	3025	2025
147	61	37	2257	3721	1369
148	53	44	2332	2809	1936
149	49	29	1421	2401	841
150	50	34	1700	2500	1156
151	61	41	2501	3721	1681
152	66	46	3036	4356	2116
153	64	34	2176	4096	1156

No.	Compromiso Organizacional / 75	Asociatividad / 60	$x_i \cdot y_i$	$x_i^2$	$y_i^2$
	$x_i$	$y_i$			
154	57	33	1881	3249	1089
155	54	39	2106	2916	1521
156	66	35	2310	4356	1225
157	61	40	2440	3721	1600
158	59	45	2655	3481	2025
159	42	32	1344	1764	1024
160	69	43	2967	4761	1849
161	62	41	2542	3844	1681
162	70	45	3150	4900	2025
163	56	32	1792	3136	1024
164	67	35	2345	4489	1225
165	55	30	1650	3025	900
166	65	47	3055	4225	2209
167	47	34	1598	2209	1156
168	54	44	2376	2916	1936
169	43	32	1376	1849	1024
170	46	36	1656	2116	1296
171	66	46	3036	4356	2116
172	54	42	2268	2916	1764
173	68	47	3196	4624	2209
174	50	41	2050	2500	1681
175	43	36	1548	1849	1296
176	49	32	1568	2401	1024
177	55	40	2200	3025	1600
178	41	32	1312	1681	1024
179	67	46	3082	4489	2116
180	64	43	2752	4096	1849
181	54	36	1944	2916	1296
182	57	38	2166	3249	1444
183	67	44	2948	4489	1936
184	43	35	1505	1849	1225
185	46	37	1702	2116	1369
186	51	42	2142	2601	1764
187	44	39	1716	1936	1521
188	63	47	2961	3969	2209
189	54	46	2484	2916	2116
190	66	54	3564	4356	2916

No.	Compromiso Organizacional / 75	Asociatividad / 60	$x_i \cdot y_i$	$x_i^2$	$y_i^2$
	$x_i$	$y_i$			
191	45	30	1350	2025	900
192	49	31	1519	2401	961
193	66	39	2574	4356	1521
194	59	33	1947	3481	1089
195	62	42	2604	3844	1764
196	44	31	1364	1936	961
197	56	35	1960	3136	1225
198	42	28	1176	1764	784
199	49	31	1519	2401	961
200	50	36	1800	2500	1296
201	60	43	2580	3600	1849
202	57	32	1824	3249	1024
203	45	27	1215	2025	729
204	65	44	2860	4225	1936
205	51	32	1632	2601	1024
206	63	39	2457	3969	1521
207	51	36	1836	2601	1296
208	43	29	1247	1849	841
209	68	47	3196	4624	2209
210	62	43	2666	3844	1849
211	65	41	2665	4225	1681
212	53	32	1696	2809	1024
213	58	34	1972	3364	1156
214	42	28	1176	1764	784
215	64	41	2624	4096	1681
216	49	31	1519	2401	961
217	62	41	2542	3844	1681
218	56	34	1904	3136	1156
219	47	29	1363	2209	841
220	55	30	1650	3025	900
221	58	33	1914	3364	1089
222	65	46	2990	4225	2116
223	44	28	1232	1936	784
224	68	46	3128	4624	2116
225	49	26	1274	2401	676
226	54	34	1836	2916	1156
227	48	30	1440	2304	900

No.	Compromiso Organizacional / 75	Asociatividad / 60	$x_i \cdot y_i$	$x_i^2$	$y_i^2$
	$x_i$	$y_i$			
228	61	42	2562	3721	1764
229	66	41	2706	4356	1681
230	48	35	1680	2304	1225
231	50	36	1800	2500	1296
232	63	42	2646	3969	1764
233	58	39	2262	3364	1521
234	67	44	2948	4489	1936
235	56	34	1904	3136	1156
236	52	33	1716	2704	1089
237	69	47	3243	4761	2209
238	59	38	2242	3481	1444
$\Sigma$	<b>13632</b>	<b>8934</b>	<b>523358</b>	<b>801154</b>	<b>345530</b>

Elaborado por: Fernández, M. 2017

El total de datos es de 238 datos, por lo tanto.  $n=238$ . El  $r$  de Pearson calculado es:

$$r = \frac{238 (523358) - (13632) (8934)}{\sqrt{(238)(801154) - (13632)^2} \sqrt{(238)(345530) - (8934)^2}}$$

$$r = 0,809$$

Este resultado se comprueba mediante el software estadístico IBM SPSS, y el resultado se muestra a continuación:

**Tabla N° 37.** De Pearson calculada en el software estadístico.

Correlaciones			
		Compromiso Organizacional	Asociatividad
Compromiso Organizacional	Correlación de Pearson	1	0,8094**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	238	238
Asociatividad	Correlación de Pearson	0,8094**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	238	238

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

Elaborado por: Fernández, M. 2017

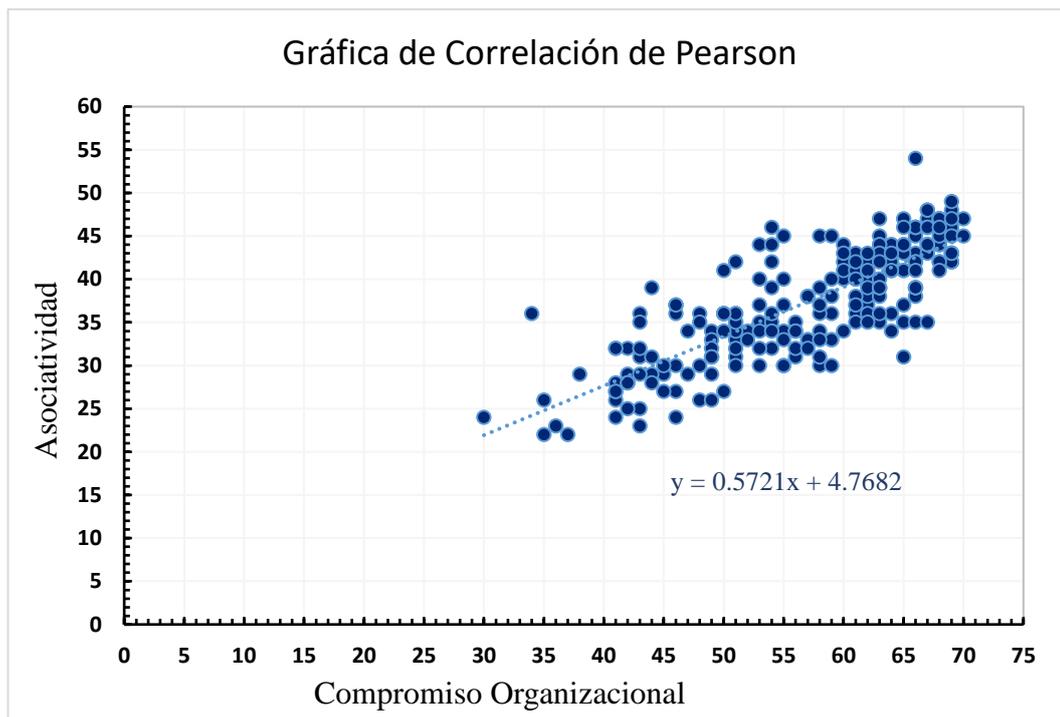
Como se observa en la tabla anterior, el valor del  $r$  de Pearson es de 0,875474. Para establecer el nivel de la correlación se debe observar las Tablas que determinan el nivel de dependencia de las variables numéricas. A continuación, se presenta la información correspondiente:

**Tabla N° 38.** Coeficiente de correlación de Pearson y significado.

<b>Interpretación: el coeficiente <math>r</math> de Pearson</b>
-1.00 = correlación negativa perfecta (“A mayor X, menor que Y”, de manera proporcional. Es decir, cada vez que X aumenta una unidad, Y disminuye siempre una cantidad constante. Esto también se aplica “a menor X, mayor Y”).
-0.90 = correlación negativa muy fuerte.
-0.75 = correlación negativa considerable.
-0.50 = correlación negativa media.
-0.25 = correlación negativa débil.
-0.10 = correlación negativa muy débil.
-0.00 = no existe correlación alguna entre las variables.
+0.10 = correlación positiva muy débil.
+0.25 = correlación positiva débil.
+0.50 = correlación positiva media.
+0.75 = correlación positiva considerable.
+0.90 = correlación positiva muy fuerte.
+1.00 = correlación positiva perfecta. (“A mayor X, mayor Y” o “ a menor X, menor Y”, de manera proporcional. cada vez que X aumenta, Y aumenta siempre una cantidad constante.)

Elaborado por: Fernández, M. 2017

La **correlación es positiva considerable**, es decir que el Compromiso organizacional incide en la asociatividad. La gráfica de la correlación es la siguiente:



**Gráfico N° 36.** Gráfica de correlación de Pearson.  
**Elaborado por:** Fernández, M. 2017

#### 4.4.3 Decisión

Según el resultado, para el Coeficiente de Correlación de Pearson  $r = 0,8094$ , se rechaza la hipótesis nula de la investigación  $H_0$ : “El compromiso organizacional no contribuye en la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y solidaria de Tungurahua.”, y consecuentemente se acepta la hipótesis alterna de la investigación  $H_1$ : “**El compromiso organizacional sí contribuye en la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y solidaria de Tungurahua.**” con un margen de error o significancia menor al 0.01 (menor que 1%).

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 Conclusiones

- Se concluye, que el compromiso organizacional incide en la asociatividad porque al no estar administrado correctamente en las organizaciones genera en los socios la deslealtad, el poco compromiso e identidad corporativa y asociación a la que pertenece. Además, en ocasiones el socio puede percibir que no está gozando de beneficios simplemente se cambia a otra asociación que esté pasando por momentos agradables como puede ser un buen ambiente de trabajo.
  
- Es evidente que la información financiera permite la adecuada toma de decisiones por lo que el 32,14% han manifestado que casi siempre es indispensable. Sobre la equidad y democracia de cada uno de los miembros el 27,86% han manifestado que algunas veces se logra mantener la equidad mientras que el 6,43% dijeron que nunca se hace esto. Con respecto a los ingresos el 33,57% han manifestado que algunas veces presentan satisfacción sobre sus rentabilidad personal y el 3,57% dicen que siempre. Un 33,57% mencionan que casi siempre las asociaciones si mejoran las fuentes de empleo ya que un 35,71% de los encuestados piensan que las asociaciones buscan el bienestar de todos los miembros. También, el 23,57% han mencionado que rara vez el trabajo ha sido equitativo mientras que apenas el 0,71% percibieron que nunca, asimismo, el 29,29% manifestó que la asociatividad si poseen algunas veces poder sobre la organización lo que es un punto muy importante debido a que a que bajo estos principios se desarrollan asociaciones legalmente constituidas. Por otro lado, el 33,57% piensan que algunas veces si se han presentado conflictos organizacionales y problemas en la asociación por lo que hay que identificar falencias que permitan reducir este tipo de aspecto.

- Con respecto al identificación con una empresa de alta reputación un 45% menciona que están totalmente de acuerdo, por tanto, la mayoría del personal del sector limpieza siente orgullo de trabajar en una empresa de alta reputación. Con respecto al valor al colaborador un 45,71% menciona que están totalmente valorados por la empresa. Un 45,71% de los encuestados menciona que sienten orgullo de la conciencia social y ecológica empresarial. Un 31,43% de los encuestados se sienten a gusto en cierta medida con la alta dirección y su manejo de la empresa.
- A partir de las encuestas realizadas, se pudo dilucidar que un 43,71% están de acuerdo con la forma como los jefes directos los involucran en el trabajo. Por otro lado, un 30,00% menciona que están totalmente de acuerdo de cómo se valora su desempeño dentro de la empresa y un 40,00% sienten que en su empresa hay un buen manejo de las personas por que un 51,43% el personal de limpieza siente que su trabajo es reconocido por sus compañeros y jefes. Asimismo, un 60,00% mencionan que pueden realizar mi trabajo de manera cómoda, gracias a las instalaciones existentes en la empresa. Un 35,71% menciona que sienten que la compañía maneja muy bien la comunicación entre sus áreas, entre supervisor y supervisado, y también entre pares y un 4,29% totalmente en desacuerdo. Finalmente un 54,29% menciona que están totalmente de acuerdo las personas que trabajan en el área de limpieza en que están tranquilos por trabajar en un ambiente seguro.
- Se concluye que, con la finalidad de dar solución a la problemática actual a través de la investigación se propuso un plan de acción estratégica para mejorar el compromiso organizacional en la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua. El mismo, que está documentado y contiene estrategias capaces de compartir valores, identificación con la misión y visión entre directivos y colaboradores, desarrollar un excelente desempeño laboral, aplicar factores de trabajo en equipo, un buen clima organizacional y comunicación empresarial, con el objetivo de alcanzar un alto grado de satisfacción y convivencia empresarial.

## 5.2 Recomendaciones

- Se recomienda que la empresa desarrolle indicadores de evaluación y control de compromiso organizacional, debido a que si existe la necesidad de presentar un seguimiento periódico a los socios se debe potencializar la asociatividad en la institución.
- Con la implementación de un plan de acción estratégica para mejorar el compromiso organizacional en la asociatividad, el personal que labora fortalecerá los vínculos de confianza de los entre los socios, identidad corporativa y establecerá un servicio de calidad.
- Aplicar el plan de acción estratégica de comportamiento organizacional propuesto ya que permitirá a la institución contar con un talento humano calificados, y competitivo.
- Capacitar periódicamente al talento humano que labora en la institución sobre plan de acción estratégica para mejorar el compromiso organizacional en la asociatividad, para que se familiarice con la difusión de conocimientos y aprendizajes de los involucrados.
- Auditar el plan de acción estratégica para mejorar el compromiso organizacional en la asociatividad para evaluar su eficiencia, de conformidad con los requisitos establecidos en el control interno de la institución y la SEPS, para brindar un servicio de calidad.

## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

#### **6.1 Datos informativos**

##### **Tema**

Plan de acción estratégica para mejorar el compromiso organizacional en la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua.

##### **Institución**

Universidad Técnica de Ambato

Sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua.

##### **Beneficiarios:**

Investigadora

Sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua.

##### **Ubicación:**

Ciudad: Ambato

Provincia: Tungurahua /

##### **Tiempo estimado para la ejecución:**

3 meses año 2018

##### **Equipo técnico responsable:**

Director/a

Investigadora

**Costos:** 250

## 6.2 Antecedentes de la propuesta

En el sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua no se aplicó un Plan de acción estratégica para mejorar el compromiso organizacional en la asociatividad, por tanto, la propuesta tiene de una u otra manera su grado de originalidad y factibilidad para que sea desarrollada. Es necesario mencionar que es una herramienta que encamina a la institución a alcanzar sus objetivos a corto y mediano plazo. La necesidad de participar de manera solidaria en el desarrollo social de todos los miembros que conforman la Cámara de Economía Popular y Solidaria hace que se contemple la idea de crear reformas que permitan lograr con el bien común.

Es importante determinar el nivel de compromiso organizacional porque son factores que inciden en el talento humano de forma positiva o negativa, por tanto, la formación de asociaciones que estén basadas en reformas que permitan que el desarrollo sea efectivo en todos los niveles jerárquicos bajo los principios principalmente de economía popular y solidaria.

Debido a necesidades de planes estratégicos “**Vadecol**”, una organización venezolana ha desarrollado un programa enfocado a mejorar el compromiso organizacional. Con parámetros que buscan disminuir la rotación laboral, disminuir los altos niveles de estrés en su talento humano y elevar el desempeño laboral.

Así mismo la empresa “**Eco papel Cía. Ltda.**” de la ciudad de Quito vio la necesidad de aplicar un programa de mejoramiento de compromiso organizacional, con miras a renovar el clima organizacional, incentivar al talento humano se motive a desarrollar sus actitudes, conocimientos y habilidades.

La economía popular y solidaria es la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos. Esta forma de

organización se basa en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital. (SEPS, 2017)

### **6.3 Justificación**

La propuesta planteada se justifica por la necesidad de desarrollar un plan de acción con estrategias para mejorar el comportamiento organizacional en la búsqueda formar asociatividad para una adecuada incorporación de la economía popular y solidaria con la finalidad que cumpla con las características necesarias para el cumplimiento de los objetivos planteados y sobre todo que cumpla con las expectativas propuestas.

Un plan de acción estratégica para mejorar el compromiso organizacional en la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y Solidaria alcanza su grado de importancia porque se busca solucionar la problemática existente como solución de conflictos, disminuir la rotación de personal, mejorar la comunicación y clima organizacional, motivar al talento humano, entre otras.

El plan de acción estratégica para mejorar el compromiso organizacional en la asociatividad tiene su impacto porque es un documento en donde, se definió las estrategias de acción, con el propósito de establecer esquemas y elementos innovadores y funcionales para crear beneficios para el talento humano de la institución.

Finalmente es factible, porque se ha investigado en documentos bibliográficos, que sirvieron como guía para aplicar estrategias de comportamiento organizacional, es decir, cumplió la función de orientar a la investigación que se debe realizar para obtener asociaciones bajo todas las normas que se requieren para el adecuado funcionamiento de las mismas, por lo que se abordara varios puntos que permitan tomar la decisión adecuada sobre el tema planeado.

## **6.4 Objetivos**

### **6.4.1 Objetivo general**

Proponer un plan de acción estratégica para mejorar el compromiso organizacional en la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua.

### **6.4.2 Objetivos específicos**

- Seleccionar los parámetros apropiados para desarrollar el plan de acción de estrategias de comportamiento organizacional en la asociatividad.
- Socializar el documento, uso y características con la finalidad de establecer estrategias para mejorar el comportamiento organizacional en el talento humano de la institución.
- Aplicar distintas estrategias del comportamiento organizacional desde las perspectivas de diálogo, tiempo y espacio.
- Evaluar el plan de acción estratégica para mejorar el compromiso organizacional en la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y Solidaria.

## **6.5 Análisis de factibilidad**

La propuesta cuenta con la aprobación y apoyo de las autoridades del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua.

### **6.5.1 Factibilidad Operativa**

Las asociaciones establecen mediante un estudio previo entre más de tres personas sean o no jurídicas, pero que de manera permanente estén comprometidas con cada una de las actividades que se prevén realizar siempre que se basen en principios de la economía popular y solidaria; es decir el bien común.

Es importante que cada asociación esté legalmente constituida para que así sus actividades puedan desarrollarse de la mejor manera.

### **6.5.2 Factibilidad técnica**

Desde la perspectiva técnica, el proyecto es factible por que se cuenta en la institución con recursos y materiales tecnológicos como un proyector.

## **6.6 Fundamentación**

### **6.6.1 Fundamentación Legal**

En el país las leyes si protegen a todos los sectores y más aún cuando se trata de asociaciones que se basan en economía popular y solidaria, por lo que impulsan al crecimiento sustentable y sostenible de las entidades que se relacionan con la Cámara de Economía Popular y solidaria por lo que cada actividad que se desarrolle deben estar regidas a las leyes del Estado.

### **6.6.2 Fundamentación teórica**

#### **Compromiso**

Entre dichos factores, el compromiso es uno muy importante ya que es aquel que conduce a la cooperación reduce la tentación de abandono de la empresa y aumenta la rentabilidad. Cabe recalcar que entre las actitudes de los empleados, el compromiso organizacional es una de las que más interés despierta en la actualidad (Reyes & Martinez, 2015).

#### **Confianza**

Otro factor importante el cual interviene en el contrato psicológico es la confianza, la misma que es el fruto del intercambio social y de la reciprocidad. Este tema existe

y es necesario para el buen funcionamiento de la relación laboral y es gracias a esta que se desarrolla el contrato psicológico entre ambas partes (Reyes & Martinez, 2015).

Al hablar de confianza, es necesario el incluir la credibilidad, la misma que indica el grado en que una de las partes entiende que la otra tiene la formación necesaria para desempeñar el trabajo eficaz y responsablemente; conjuntamente con la benevolencia, la misma que establecerá aspectos que beneficien al colaborador mediante un compromiso (Reyes & Martinez, 2015).

## 6.7 Modelo operativo

**Tabla N° 39.** Plan de acción

<b>Etapas</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Actividades</b>	<b>Recursos</b>	<b>Responsables</b>	<b>Tiempo</b>
Planificación	Elaborar el plan de acción estratégica para mejorar el compromiso organizacional en la asociatividad.	Recolectar información necesaria y selección de recursos y materiales necesarios para la propuesta. Desarrollar las estrategias enfocadas al comportamiento organizacional.	Talento Humano Materiales didácticos y tecnologías	Investigadora Director de tesis	Semana 1 y 2 de agosto del 2018
Socialización	Socializar el documento, uso y características con la finalidad de establecer estrategias para mejorar el comportamiento organizacional en el talento humano de la institución.	Capacitación al talento humano del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua.	Proyector Diapositivas Pizarra Tiza líquida	Investigadora	Semana 3 y 4 de agosto del 2018
Ejecución	Aplicar distintas estrategias del comportamiento organizacional desde las perspectivas de diálogo, tiempo y espacio.	Presentar el plan de acción estratégicas al talento humano del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua. Motivar a las autoridades y al talento humano a aplicar estrategias de comportamiento organizacional.	Ambiente adecuado Grabadora CD Proyector Computador	Investigadora Autoridades de la institución.	Septiembre de 2018
Evaluación	Evaluar el plan de acción estratégica para mejorar el compromiso organizacional en la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y Solidaria.	Seguimiento de actividades propuestas mediante una fichas de observación.	Fichas de observación	Investigadora Autoridades de la institución.	Octubre de 2018

**Elaborado por:** Fernández, M. 2017



**PLAN DE ACCIÓN ESTRATÉGICA PARA  
MEJORAR EL COMPROMISO  
ORGANIZACIONAL EN LA  
ASOCIATIVIDAD**

**INSTITUCIÓN**

**SECTOR DE LIMPIEZA DE LA  
CÁMARA DE ECONOMÍA POPULAR Y  
SOLIDARIA DE TUNGURAHUA.**

**Primera edición**

Tungurahua -Ambato  
2018

---

**Elaboración**

---

**Revisión**

---

**Aprobación**

### **6.8.1 Introducción**

El presente plan de acción estratégica para mejorar el compromiso organizacional en la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua. Describe y está documentado procedimientos relativos a componentes para mejorar la asociatividad, motivar al talento humano e incrementar el desempeño laboral de la institución.

El desarrollo y cumplimiento de objetivos del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua se asegura a través del compromiso organizacional del talento humano. Bajo esa perspectiva, surge la necesidad de proponer un plan de acción estratégica para mejorar el compromiso organizacional en la asociatividad del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua.

Las estrategias de comportamiento organizacional propuesto permitirá a la institución contar con talento humano calificados, competitivo, capaz de compartir valores, un excelente desempeño laboral, aplicar factores de trabajo en equipo, un buen clima organizacional y comunicación empresarial, con el objetivo de alcanzar un alto grado de satisfacción con la dirección y socios.

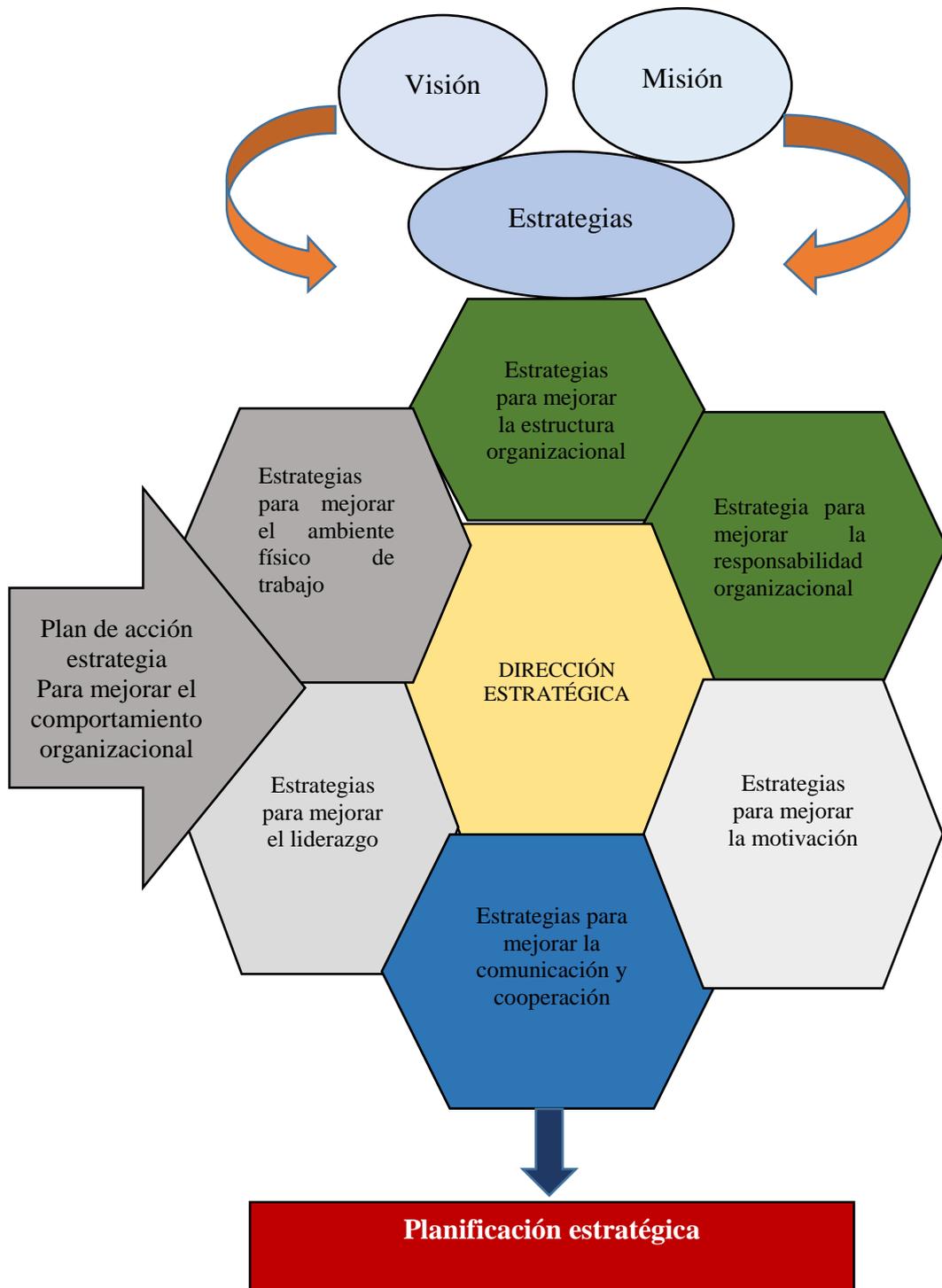
### **6.8.2 Alcance**

A todo el talento humano del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua

### **6.8.3 Referencias normativas**

- Constitución de la República del Ecuador.
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria- SEPS
- ISO NTE-INEN ISO 9001:2015

#### 6.8.4 Modelo del plan de acción estratégica para mejorar el compromiso organizacional en la asociatividad



**Gráfico N° 37.** Plan de acción estratégica  
**Elaborado por:** Fernández, M. 2017  
**Fuente:** Alles M (2012)

## **Misión**

La Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua, es un organismo sin fines de lucro que propende realizar actividades y prestar servicios técnico económicos, sociales y culturales para beneficio de sus socios y de la comunidad, los cuales serán desarrollados en toda la provincia de Tungurahua.

## **Visión**

Capacitar a todos los actores de la EPS, propender el mejoramiento de la calidad de productos y servicios, asesorar y respaldar en todo momento a sus miembros, representantes los intereses de sus socios y fomentar el desarrollo, responsabilidad social de las personas y empresas vinculadas a la EPS para el desarrollo constante del país nosotros como miembros activos que aportan al trabajo en equipo.

## **Diagnóstico situacional**

Con respecto a la pregunta se siento orgullo de trabajar en una empresa de alta reputación en un 61% si lo están. Un 55% del personal que labora en la institución no se han sentido valorador

Los socios se sienten orgullos de trabajar en una institución un 61% si lo están, pero es importante mencionar que un 55% del personal que labora en la institución no se han sentido valorados. Un poco más de la mitad de los socios de limpieza poseen una buena conciencia social y ecológica.

Con respecto a la alta dirección y su manejo de la institución en un 45% no están ni en acuerdo ni en desacuerdo, porque las personas que ocupan estos cargos no poseen conocimiento en cuanto al manejo de una empresa, por tanto, se percibe la necesidad de aplicar estrategias de liderazgo empresarial.

Los socios de la institución se motivan al saber que pueden crecer profesionalmente dentro de la institución. Por tanto, un 44% del personal de limpieza si están de acuerdo con la motivación, ya que el apoyo entre los socios es constante y las facilidades para su superación es uno de los fundamentos del sector al ser solidario uno con el otro. Por tanto, la importancia de proponer estrategias de motivación económicas y reconocimientos públicos. Además, el personal encuestado con respecto a la pregunta siento que mi trabajo es reconocido por mis jefes y compañeros un 46% de acuerdo, pero se espera alcanzar que en un 100% este totalmente de acuerdo. Un 55% de las personas encuestadas no están de acuerdo ni en desacuerdo de cómo la institución da importancia a los clientes, por tanto, se debe mejorar para que como asociaciones de servicios busque como agradar a sus socios para que sus servicios sean al agrado del consumidor.

Con respecto a la pregunta, puedo realizar mi trabajo de manera cómoda, gracias a las instalaciones existentes un 68% están en desacuerdo, por tanto, se presenta la necesidad de desarrollar estrategias para mejorar el ambiente físico de trabajo.

Es un 55% de los encuestado mencionan que no están de acuerdo ni en desacuerdo la forma como manejan la comunicación entre sus áreas y la relación laboral entre supervisor y supervisado, por tanto, la importancia de proponer estrategias de comunicación y cooperación, debido a que la institución está sujeta a reuniones en donde se da a conocer particularidades de la asociación en sus lugares de trabajo.

Es evidente que la información financiera y sobre toda cuando se la trabaja de manera oportuna permite una adecuada toma de decisiones por lo que al ser todos socios un 50% mencionan que casi siempre la información debe ser entregada de forma oportuna y se pueda realizar análisis de proyecciones financieras, por tanto, existe la necesidad de aplicar estrategias para mejorar la comunicación y cooperación en la institución. En relación a las herramientas para el control de sus recursos es muy preocupante. Es indispensable que las asociaciones analicen la importancia de tener controles en sus recursos para su adecuado manejo.

Con respecto a la equidad y democracia de cada uno de los miembros el 27,86% han manifestado que algunas veces se logra mantener la equidad, por tanto, se debe aplicar estos derechos, ya que se está violentando uno de los principios de la esencia de la Economía Popular y Solidaria que es la equidad, ya que todos sus miembros tienen iguales derechos.

Al hablar de trabajo asociativo los ingresos siempre deberían estar a la satisfacción del socio aportando a la sostenibilidad de la asociación. Otro aspecto que se debe encontrar es que casi siempre las asociaciones si mejoran las fuentes de empleo debido a la organización con la que se enfoca porque al ser asociaciones dedicadas a brindar servicios siempre están dependientes del mercado cambiante, de quienes los contraten por ende la ayuda a empleo para el socio en si o personas cercanas es cambiante.

Las asociaciones buscan el bienestar de todos los miembros por lo que deben estar encaminados desde el inicio bajo estas bases

### 6.8.4.1 Estrategias para mejorar la estructura organizacional

**Tabla N° 40.** Estrategias para mejorar la estructura organizacional

<b>ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL</b>		
La estructura organizacional está encaminada a desarrollar los adecuados, políticas, normativas, procedimientos, funciones y responsabilidades. Ya que determina el nivel de jerarquía en la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua a través de la burocracia y énfasis en la misión y visión de la organización.		
<b>FACTORES ESTRATÉGICOS</b>		<b>ACCIONES</b>
 <p><u>Políticas</u></p>	Las políticas en la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua sirven para encaminar al cumplimiento de forma ordenada la misión de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua. Por tanto, en la institución siempre va existir la necesidad de crear nuevas políticas en beneficio de la alta dirección y de los socios.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizar medios tecnológicos para dar a conocer las nuevas políticas al talento humano de la institución.</li> <li>• Planificar reuniones entre la alta dirección y los jefes de cada área cada tres meses.</li> </ul>
 <p><u>Funciones y responsabilidades</u></p>	El análisis continuo de la distribución de funciones y responsabilidades entre directivos y administrativos ayuda a una mejor distribución de las actividades en un puesto de trabajo, optimizado tiempo y la duplicidad de tareas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reuniones cada tres meses con la alta dirección y administrativos con el propósito de adecuar los puestos de trabajo.</li> <li>• Desarrollo de un modelo de gestión de talento humano por competencias.</li> </ul>
 <p><u>Misión y visión</u></p>	Crear, modificar o actualizar la misión y visión La misión y visión, es la razón de ser de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua, permite llevar a cabo acciones y compromete a la integración y servicio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar a conocer la misión y visión de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua a cada uno de los socios de la organización.</li> <li>• Crear objetivos para trabajo en equipo a corto y mediano plazo.</li> </ul>

Elaborado por: Fernández, M. 2017

### 6.8.4.2 Estrategia para mejorar la responsabilidad organizacional

**Tabla N° 41.** Estrategia para mejorar la responsabilidad organizacional

<b>ESTRATEGIA PARA MEJORAR LA RESPONSABILIDAD ORGANIZACIONAL</b>		
La estrategia para mejorar la responsabilidad organizacional se enfoca en lograr que el talento humano de la institución de identifique con la imagen corporativa, además, incentiva a que los socios tomen sus decisiones.		
<b>FACTORES ESTRATÉGICOS</b>		<b>ACCIONES</b>
<p><u>Puntualidad</u></p> 	Concientizar a los colaboradores de la institución de la importancia de aplicar el valor de la puntualidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Otorgar un reconocimiento documentado y público al colaborador puntual del año.</li> </ul>
<p><u>Verificación</u></p> 	Monitorear las actividades laborales de los socios con propósito de solucionar conflictos laborales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguimiento de actividades con capacitación adecuada.</li> </ul>
<p><u>Evaluación</u></p> 	La evaluación incentiva al talento humano a mejorar su desempeño laboral.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluación periódica del desempeño laboral del talento humano.</li> <li>• Análisis de indicadores de desempeño laboral.</li> <li>• Desarrollo de formatos de control y evaluación.</li> </ul>

Elaborado por: Fernández, M. 2017

### 6.8.4.3 Estrategias para mejorar la motivación

**Tabla N° 42.** Estrategias para mejorar la motivación

<b>ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA MOTIVACIÓN</b>		
La motivación canaliza las conductas de los socios, es un medio de satisfacción a través de las recompensas, reconocimientos y remuneración para que desempeñen de laboralmente de manera eficiente, para alcanzar los mejores resultados en la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua.		
<b>FACTORES ESTRATÉGICOS</b>		<b>ACCIONES</b>
 <p><u>Capacitación</u></p>	Con la capacitación y formación se disminuye la rotación de socios, identificación de personal por competencias: conocimientos, habilidades y actitudes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar un plan de capacitación dirigida a todo el Talento humano.</li> <li>• Crear una cultura del conocimiento y del manejo de un buen clima organizacional a través de la instauración reconocimientos documentales y públicos.</li> </ul>
 <p><u>Toma de decisiones</u></p>	Es importante darle a oportunidad al personal administrativo y operativo para la toma de decisiones para proponer nuevas alternativas dentro de una determinada área de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Invitar periódicamente a los socios a las diferentes reuniones con la alta dirección para la toma de decisiones e ideas.</li> </ul>
 <p><u>Identidad</u></p>	El fortalecimiento de la identidad de la imagen corporativa contribuye a mejorar el compromiso institucional, a través del talento humano.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear una cultura de diálogo.</li> <li>• Aplicar técnicas de inteligencia emocional</li> <li>• Dar a conocer los símbolos institucionales a cada uno de los miembros de la empresa.</li> </ul>
 <p><u>Reconocimiento</u></p>	El reconocimiento a los socios de cada departamento permite que realicen un mejor su trabajo, para alcanzar una competitividad dentro de la institución.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrega de un pergamino y difusión de logros en revistas y periódicos, conforme a la magnitud alcanzada.</li> <li>• Reconocimiento público de felicitación y agradecimiento por el desempeño laboral.</li> </ul>

Elaborado por: Fernández, M. 2017

#### 6.8.4.4 Técnicas para mejorar la comunicación y cooperación

**Tabla N° 43.** Técnicas para mejorar la comunicación y cooperación

<b>TÉCNICAS PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN Y COOPERACIÓN</b>		
La comunicación y cooperación es una forma de demostrar la empatía, capacidad de trabajo en equipo y apoyo que tiene los socios en la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua, es decir, son las relaciones interpersonales necesarias para la realización de actividades laborales.		
<b>FACTORES ESTRATÉGICOS</b>		<b>ACCIONES</b>
<u>Trabajo en equipo</u> 	El trabajado en equipo contribuye a fortalecen cooperación entre compañeros de trabajo y a disminuir el individualismo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecen la participación de los socios en la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua.</li> <li>• Incentivar a la compartir valores, objetivos y metas a corto, mediano y largo plazo.</li> </ul>
<u>Relaciones interpersonales</u> 	Capacitar al talento humano para fomentar la comunicación entre socios.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer programas de integración con el talento humano.</li> <li>• Fortalecer a las actividades sociales.</li> <li>• Crear un buen clima y cultura organizacional.</li> </ul>
<u>Información</u> 	La información en la actualidad es un medio que contribuye a la interrelación de conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicar de forma verbal o con la utilización de medios tecnológicos sobre las nuevas decisiones, políticas, controles internos y proyectos.</li> </ul>
<u>Sugerencias</u> 		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Colocar en la institución un buzón de sugerencias para los socios, con el propósito de recolectar opiniones e ideas de mejora.</li> </ul>
<u>Solución de conflictos</u> 	Solucionar los conflictos internos en base al acercamiento franco y directo por parte del área de talento humano.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Detectar problemas de conflictos laborales a tiempo.</li> <li>• Conocer la naturaleza del conflicto.</li> <li>• Llegar a un acuerdo verbal y documentado</li> <li>• Seguimiento y control del conflicto laboral.</li> </ul>

Elaborado por: Fernández, M. 2017

#### 6.8.4.5 Estrategias para mejorar el liderazgo

**Tabla N° 44.** Estrategias para mejorar el liderazgo

<b>ESTRATEGIAS PARA MEJORAR EL LIDERAZGO</b>		
El liderazgo es un medio de influencia interpersonal direccionada a través de la comunicación con el objetivo de encaminar al cumplimiento de metas y alcanzar logros. Por tanto, es muy importante contar con un estilo de liderazgo que busca disminuir conflictos, trabajar en equipo, motivar a incrementar la productividad.		
<b>FACTORES ESTRATÉGICOS</b>		<b>ACCIONES</b>
Liderazgo 	El liderazgo es motivar y hacer que el talento humano realice cada una de las actividades operativas. Además, identifica y soluciona conflictos laborales sin afectar la moral del talento humano de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer parámetros de medición de liderazgo dirigidas al cliente interno.</li> </ul>

Elaborado por: Fernández, M. 2017

#### 6.8.4.6 Estrategias para mejorar el liderazgo

**Tabla N° 45.** Estrategias para mejorar el ambiente físico de trabajo

<b>ESTRATEGIAS PARA MEJORAR EL AMBIENTE FÍSICO DE TRABAJO</b>		
El ambiente físico de trabajo busca presentar comodidad en la estructura, instalaciones y equipos para un buen desempeño laboral con el propósito de disminuir riesgos laborales		
<p>Espacio físico</p> 	<p>El espacio físico se encarga de reparar algunos desperfectos que puedan estar presentes en la estructura física de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua, en las instalaciones para evitar que estos incomoden o pongan en riesgos a los socios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar periódicamente las condiciones laborales: espacio físico, instalaciones, equipos de cómputo, muebles y enseres con el propósito de brindar un ambiente físico de trabajo adecuado para el colaborador.</li> </ul>

**Elaborado por:** Fernández, M. 2017

### 6.8.5 Cronología de la planificación estratégica

Tabla N° 46. Cronología de la planeación estratégica

ESTRATEGIAS	TIEMPO			RESPONSABLE/OBJETIVOS/ RECURSOS		
	Año	Año	Año	Responsables	Objetivos	Recursos
<b>1.- Estrategias para mejorar la estructura organizacional</b>	2018	2019	2020			
<b>Estrategia Políticas 1.1:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Utilizar medios tecnológicos para dar a conocer las nuevas políticas al talento humano de la institución.</li> <li>Planificar reuniones entre la alta dirección y los jefes de cada área cada tres meses.</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>Gerente</li> <li>Jefe de talento humano</li> <li>Socios</li> </ul>	Satisfacer las necesidades del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua.	Humanos Económico Tecnológicos
<b>Estrategia Funciones y responsabilidades 1.3:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Reuniones cada tres meses con la alta dirección y administrativos con el propósito de adecuar los puestos de trabajo.</li> <li>Desarrollo de un modelo de gestión de talento humano por competencias.</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>Gerente</li> <li>Jefe de talento humano</li> <li>Socios</li> </ul>	Contar con talento humano por competencias: conocimientos, habilidades y actitudes.	Humanos Económico Materiales Intelectuales
<b>Estrategia Misión y visión 1.4:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Dar a conocer la misión y visión de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua a cada uno de los socios de la organización.</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>Gerente</li> <li>Jefe de talento humano</li> <li>Socios</li> </ul>	<p>Asegurar el cumplimiento de la misión y visión.</p> <p>Obtener en la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua los mejores parámetros de eficiencia y</p>	Humanos Económico

ESTRATEGIAS	TIEMPO			RESPONSABLE/OBJETIVOS/ RECURSOS		
	Año	Año	Año			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear objetivos para trabajo en equipo a corto y mediano plazo.</li> </ul>					eficacia a corto, mediano y largo plazo	
<b>2.- Estrategia para mejorar la responsabilidad organizacional</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>Responsables</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Recursos</b>
<b>Estrategia Puntualidad 2.1:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Otorgar un reconocimiento documentado y público al colaborador puntual del año.</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente</li> <li>• Jefe de talento humano</li> <li>• Socios</li> </ul>	Inducir a los colaboradores y directivos de la institución a aplicar buenas prácticas de puntualidad.	Humanos Tecnológicos Intelectuales
<b>Estrategia Verificación 2.2:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguimiento de actividades con capacitación adecuada.</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente</li> <li>• Jefe de talento humano</li> <li>• Socios</li> </ul>	Incentivar a desarrollar en forma adecuada sus funciones y responsabilidades. Potenciar el compromiso organizacional en la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua.	Humanos Tecnológicos Intelectuales
<b>Estrategia Evolución 2.3:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluación periódica del desempeño laboral del talento humano.</li> <li>• Análisis de indicadores de desempeño laboral.</li> <li>• Desarrollo de formatos de control y evaluación.</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente</li> <li>• Jefe de talento humano</li> <li>• Socios</li> </ul>	Implementar índices de evaluación y control para mejorar el compromiso laboral.	Humanos Tecnológicos Intelectuales
<b>3.- Estrategias para mejorar la motivación</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>Responsables</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Recursos</b>
<b>Estrategia Capacitación 3.1:</b>				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente</li> </ul>	Reconocer a las áreas y departamentos que alcanzaron	Premios Emblemas

ESTRATEGIAS	TIEMPO			RESPONSABLE/OBJETIVOS/ RECURSOS		
	Año	Año	Año			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar un plan de capacitación dirigida a todo el Talento humano.</li> <li>• Crear una cultura del conocimiento y del manejo de un buen clima organizacional a través de la instauración reconocimientos documentales y públicos.</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jefe de talento humano</li> <li>• Socios</li> </ul>	un buen clima organizacional para felicitar y reforzar las buenas prácticas.	Trofeos Recuerdos institucional
<p><b>Estrategia Toma de decisiones 3.2:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Invitar periódicamente a los socios a las diferentes reuniones con la alta dirección para la toma de decisiones e ideas.</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente</li> <li>• Jefe de talento humano</li> <li>• Socios</li> </ul>	<p>Incentivar al compromiso e identidad organizacional.</p> <p>Tomar las mejores decisiones en la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua.</p>	Humanos Tecnológicos Intelectuales
<p><b>Estrategia Identidad 3.2:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear una cultura de diálogo.</li> <li>• Aplicar técnicas de inteligencia emocional</li> <li>• Dar a conocer los símbolos institucionales a cada uno de los miembros de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua.</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente</li> <li>• Jefe de talento humano</li> <li>• Socios</li> </ul>	Alcanzar el mejor cumplimiento de resultados y desempeño laboral a través de la imagen corporativa.	Humanos Tecnológicos Intelectuales
<p><b>Estrategia Reconocimiento 3.2:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrega de un pergamino y difusión de logros en revistas y periódicos, conforme a la magnitud alcanzada.</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente</li> <li>• Jefe de talento humano</li> <li>• Socios</li> </ul>	Reconocer al talento humano los logros alcanzados.	Humanos Materiales Tecnológicos Intelectuales

ESTRATEGIAS	TIEMPO			RESPONSABLE/OBJETIVOS/ RECURSOS		
	Año	Año	Año			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Reconocimiento público de felicitación y agradecimiento por el desempeño laboral.</li> </ul>						
<b>4.- Estrategias para mejorar la motivación</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>Responsables</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Recursos</b>
<b>Estrategia Trabajo en equipo 4.1:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Fortalecen la participación de los Socios en la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua.</li> <li>Incentivar a la compartir valores, objetivos y metas a corto, mediano y largo plazo.</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>Gerente</li> <li>Jefe de talento humano</li> <li>Socios</li> </ul>	Cumplir con las funciones y responsabilidades de forma eficiente y cumplimiento de objetivos.	Humanos Materiales Tecnológicos Intelectuales
<b>Estrategia Relaciones interpersonales 4.2:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Establecer programas de integración con el talento humano.</li> <li>Fortalecer a las actividades sociales.</li> <li>Crear un buen clima y cultura organizacional.</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>Gerente</li> <li>Jefe de talento humano</li> <li>Socios</li> </ul>	Realizar reconocimientos públicos y económicos a los socios de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua.	Humanos Materiales Tecnológicos Intelectuales
<b>Estrategia Información 4.3:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicar de forma verbal o con la utilización de medios tecnológicos sobre las nuevas decisiones, políticas, controles internos y proyectos.</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>Gerente</li> <li>Jefe de talento humano</li> <li>Socios</li> </ul>	Realizar capacitaciones para el mejoramiento y presentación de documentos y programas en cada área por escrito o por vías electrónicas.	Humanos Materiales Tecnológicos Intelectuales
<b>Estrategia Sugerencias 4.4:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Colocar en la institución un buzón de sugerencias para los colaboradores,</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>Gerente</li> <li>Jefe de talento humano</li> </ul>	Conocer los requerimientos y necesidades de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua.	Humanos Materiales Tecnológicos Intelectuales

ESTRATEGIAS	TIEMPO			RESPONSABLE/OBJETIVOS/ RECURSOS		
	Año	Año	Año			
con el propósito de recolectar opiniones e ideas de mejora.				• Socios		
<b>Estrategia Solución de conflictos 4.5:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Detectar problemas de conflictos laborales a tiempo.</li> <li>• Conocer la naturaleza del conflicto.</li> <li>• Llegar a un acuerdo verbal y documentado</li> <li>• Seguimiento y control del conflicto laboral.</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente</li> <li>• Jefe de talento humano</li> <li>• Socios</li> </ul>	Solucionar conflictos laborales en el tiempo oportuno.	Humanos Materiales Tecnológicos Intelectuales
<b>5.- Estrategias para mejorar el liderazgo</b>	2018	2019	2020	<b>Responsables</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Recursos</b>
<b>Estrategia Liderazgo 5.1:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer parámetros de medición de liderazgo dirigidas al cliente interno.</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente</li> <li>• Jefe de talento humano</li> <li>• Socios</li> </ul>	Incentivar la comunicación, motivación, reconocimientos y buen clima laboral.	Humanos Materiales Tecnológicos Intelectuales
<b>6.- Estrategias para mejorar el ambiente físico de trabajo.</b>	2018	2019	2020	<b>Responsables</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Recursos</b>
<b>Estrategia Espacio físico 6. 1</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar periódicamente las condiciones laborales: espacio físico, instalaciones, equipos de cómputo, muebles y enseres con el propósito de brindar un ambiente físico de trabajo adecuado para el colaborador.</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente</li> <li>• Jefe de talento humano</li> <li>• Socios</li> </ul>	Satisfacer las necesidades de estructura física, puestos de trabajo, equipos de los directivos, Socios y clientes externos.	Humanos Materiales Tecnológicos Intelectuales

Elaborado por: Fernández, M. 2017

### 6.8.5.1 Presupuesto

**Tabla N° 47.** Presupuesto

Responsable	Actividades	Presupuesto	Financiamiento
Investigadora	Servicio de internet para seis meses.	\$ 100,00	Investigadora Departamento de talento humano de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua.
	Compra de hojas A4	\$20,00	
	Impresiones	\$100,00	
	Transporte	\$30,00	
	Compra de material didáctico	\$30,00	
	Refrigerios para capacitación a los socios	\$150,00	
	Emblemas	\$100,00	
	Diplomas para reconocimiento	\$ 300,00	
	Recuerdos y trofeos con la imagen corporativa de la Cámara de Economía Popular y Solidaria de Tungurahua.	\$100,00	
<b>Total presupuesto</b>			<b>\$ 930.00</b>

Elaborado por: Fernández, M. 2017

### 6.9 Previsión de la evaluación

**Tabla N° 48.** Previsión de la evaluación

Preguntas básicas	Definición
¿Para qué?	Efectividad y eficacia de la investigación.
¿De qué personas?	Talento humano de la institución
¿Sobre qué aspectos?	El compromiso organizacional en la asociatividad
¿Quién?	Investigadora
¿Cuándo?	2017-2018
¿Dónde?	Sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y solidaria de Tungurahua.
¿Cuántas veces?	Una vez
¿Qué técnicas?	Encuesta, observación directa
¿Con que?	Con una escala de valoración tipo likel
¿En qué situación?	Durante los registros de capacitación

Elaborado por: Fernández, M. 2017

## Bibliografía

- Alles, M. (2012). *Diccionario de comportamientos, la trilogía* (Vol. II). Buenos Aires: Granica.
- Aon Hewitt. (17 de 03 de 2015). *Tendencias Globales del Compromiso de los Empleados 2015*. Obtenido de <http://www.aon.com/ecuador/attachments/engagement2015.pdf>
- Arias, F., Varela, D., & Quintana, M. (2003). El compromiso organizacional y su relacion con algunos factores demograficos y psicologicos. *Revista de invstigacion en Psicologia*, 13-25.
- Bedregal Calvinisti , A. E. (2014). *La asociatividad* . Guatemala . Obtenido de <http://www.uvg.edu.gt/publicaciones/revista/volumenes/numero-27/REV%20ART%2010%20la%20asociatividad%20como.pdf>
- Böhrt, R., Romero, C., & Díaz, F. (2014). *El compromiso organizacional entre obreros: un estudio en cuatro organizaciones bolivianas*. España: Esic.
- Bohrt, R., Solares, L., & Romero, C. (2014). *Evolución del contrato Psicológico y el compromiso organizacional con la edad y la antigüedad*. San Pablo.
- Cajal, A. (2007). *La Investigación de Campo: Qué es, Características y Etapas*.
- Coca Altamirano, K. (2012). *Comunicación interna activa entre el talento humano y marketing, en busca del compromiso organizacional en el centro artesanal Huambaló*. Ambato.
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Código del trabajo*. Ecuador.
- Coronel, L. (2012). *La percepcion visual y su incidencia en el interaprendizaje de los niños y niñas*.
- Deming, W. (1989). *Calidad, productividad y competitividad. La salida de la crisis*. Madrid, España: Diaz de Santos.
- Diccionario de la lengua española. (2001).
- Flóres Jimenez, L. (2013). *Propuesta de asociatividad para el desarrollo económico y social de los productores de café del distrito de Kñaris-Ferreñafe*. Chiclayo.
- Galarza, A. (2003). *Tipos de Investigación*. Chile.

- García, M. G., & Ibarra, L. A. (2012). *DIAGNÓSTICO DE CLIMA ORGANIZACIONAL DEL DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE GUANAJUATO*. Guanajuato: Uma.
- Garvin, D. (1984). What Does "Product Quality" Really meant? *Sloan Management Review*.
- Gronroos, C. (2001). A service Oriented Approach to MArketing of Services. *European Journal of Marketing*, 588-601.
- Ibáñez, S. (2013). *Asociatividad: Estrategia d competitividad en la Agroindustria*. México.
- IEPS. (2004). *La necesidad de una respuesta integral*. Quito: Manthra.
- Iguera, M. (2002). *Asociatividad en PYMES*.
- Ishikawa, K. (1986). *¿Que es control total de la Calidad?* Bogota, Colombia: Norma.
- Juran, M. (1990). *La planificacion de la calidad*. Madrid, España: Diaz de Santos.
- Manzano, A. (2017). *Estrategia de fortalecimiento del compromiso organizacional*. Quito : Creative Commons.
- Marín, J. (2002). *Curso de Teoría y técnicas de desarrollo organizacional*.
- Matsumoto, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Revista Perspectivas*.
- Mejía, R. (2011). *Asociatividad emprsarial como estrategia para la internacionalizacion de las Pyme*. Ecuador: Universidad Simon Bolivar.
- Montoya, E. (2017). *Validación de la escala de compromiso organizacional de Meyer*. Catalonia: UPC.
- Morales, F. (2010). *3 tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa*.
- Morales, O. (2010). *Fundamentos de la Investigación Documental y la Monografía*.
- Ortiz Carvajal, A. (2016). *Factores que influncian la asociatividad en el PYMES del sector avícola Puéllaro-Cotopaxi*. Cotopaxi.
- Pesántez Aguilar, S., & Guapacaza Solis, D. (2012). *Análsiis del comportamiento organizacional del personal docente, administrativo y de servicios de la Universidad Politécnica Salesiana, Sede Cuenca*. Cuenca.

- promPeru. (2013). *Guía de asociatividad para el comercio exterior*. Lima, Peru: MINCETUR.
- Ramos, A. E., Martínez, M. d., & Maldonado, G. (2009). *El impacto del compromiso organizacional en la orientación al mercado*. Mexico: Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Reyes, & Martinez. (2015). *Los contratos psicológicos: sus efectos en los resultados de las organizaciones*.
- Rivera Gonzáles, S. (2015). *Programa organizacional para la gestión y asociatividad de la comuna Río Verde, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, Año 2015*. Santa Elena.
- Rodriguez, L. (2013). *ACERCA DE LA INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA Y DOCUMENTAL*.
- Ruiz, J. L. (2013). *EL COMPROMISO ORGANIZACIONAL: UN VALOR PERSONAL Y EMPRESARIAL EN EL MARKETING INTERNO*. Malaga: ReE.
- Ruiz, M. (2012). *Enfoque cualitativo*. Mexico.
- Saldaña, J. V. (15 de julio de 2015). *usfq.edu.ec*. Recuperado el 12 de abril de 2018, de [http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/iurisDictio/archivo\\_de\\_contenidos/Documents/IurisDictio\\_16/iurisdictio\\_016\\_007.pdf](http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/iurisDictio/archivo_de_contenidos/Documents/IurisDictio_16/iurisdictio_016_007.pdf) publicaciones:
- SEPS. (2017). *Superintendencia de Economía Popular y Solidaria*. Obtenido de <http://www.seps.gob.ec/noticia?conoce-la-eps>
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (2017). *Sector Asociativo*. Quito . Obtenido de <http://www.seps.gob.ec/estadisticas?sector-asociativo>
- Uría Calderón, D. (2011). *El clima organizacional y su incidencia en el desempeño laboral de los trabajadores de andelas CÍA. LTDA. de la ciudad de Ambato*. Ambato.
- Vegas, J. (2008). *Consortio Asecal Mercurio Consultores*. Peru.
- Vernon, M. (1979). *Psicología de la percepción*. Buenos Aires: Ediciones Hormé.
- Zeithaml, A., & Valarie, A. (2004). *Calidad total en la gestión de servicios*. Parasuraman.

# ANEXOS

Encuesta para variable comportamiento organizacional

### Formulario de recolección de datos

Solicitamos de usted la máxima colaboración para que se sirva a responder el siguiente cuestionario el cual desea evaluar el grado de satisfacción y compromiso organizacional del personal que conforma el sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y solidaria de Tungurahua.

**Instrucciones:** Marque con una X según considere.

#### 1.- ASPECTOS GENERALES

Género:	Masculino	Femenino
Área de Formación:	Primaria	Secundaria
	Bachillerato	Superior
	Postgrado	PHD
Edad		
Años de Servicio		

#### 2.- CUESTIONARIO

Señale con una X las siguientes preguntas, considerando la frecuencia establecida

II. COMPROMISO ORGANIZACIONAL	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Siento orgullo de trabajar en una empresa de alta reputación					
Estoy contento por como la empresa en la que trabajo me valora					
Estoy orgulloso de la conciencia social y ecológica empresarial que tiene la empresa en la que trabajo					

Me siento a gusto con la alta dirección y su manejo de la empresa					
Estoy satisfecho de cómo mis jefes directos me involucran en el trabajo					
Me motiva saber que puedo crecer profesionalmente dentro de la empresa					
En mi trabajo aprendo y desarrollo nuevas capacidades					
Estoy de acuerdo de cómo se valora mi desempeño dentro de la empresa					
Siento que en mi empresa hay un buen manejo de las personas					
Siento que mi trabajo es reconocido por mis compañeros y jefes					
Me siento conforme con que la recompensa de mi trabajo es acorde a lo que hago					
Me siento orgulloso de como mi empresa les da importancia a los clientes					
Puedo realizar mi trabajo de manera cómoda, gracias a las instalaciones existentes					
Siento que la compañía maneja muy bien la comunicación entre sus áreas, entre supervisor y supervisado, y entre pares					
Estoy tranquilo por trabajar en un ambiente seguro					

Encuesta para variable asociatividad

### Formulario de recolección de datos

El presente formulario desea recolectar información acerca de la percepción del sector de limpieza de la Cámara de Economía Popular y solidaria de Tungurahua.

**Instrucciones:** Marque con una X según considere.

#### 1.- ASPECTOS GENERALES

Género:	Masculino	Femenino
Área de Formación:	Primaria	Secundaria
	Bachillerato	Superior
	Postgrado	PHD
Edad		
Años de Servicio		

#### 2.- CUESTIONARIO

Señale con una X las siguientes preguntas, considerando la frecuencia establecida

II. ASOCIATIVIDAD	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Neutral	Rara Vez	Nunca
¿Cree usted que la oportuna información financiera es indispensable para el éxito de la asociación?						
¿Considera que la asociación dispone de adecuadas herramientas y reportes para el control de sus recursos?						
¿En la asociación, se garantiza la equidad y democracia en cada uno de sus miembros?						
¿Cree usted que la estructura de un gobierno corporativo en la asociación ayudará a la adecuada administración de recursos y a la democracia dentro de la asociación?						
¿Se encuentra satisfecho con los ingresos beneficios generados en la asociación?						

Considera que la asociatividad mejorará las fuentes de empleo (familiares, personas cercanas, personas recomendadas o personas con necesidades especiales)						
¿Considera que la asociatividad mejorará las condiciones de vida de sus miembros?						
¿Considera que la asociatividad ha generado trabajo de manera equitativa para todos sus miembros?						
¿Considera que la asociatividad ha permitido mejorar el poder de negociación?						
¿Con que frecuencia se presentan en la asociación problemas?						

Tabulación de datos de las encuestas

ID	Compromiso Organizacional															Asociatividad											
	Íte m1	Íte m2	Íte m3	Íte m4	Íte m5	Íte m6	Íte m7	Íte m8	Íte m9	Ítem 10	Ítem 11	Ítem 12	Ítem 13	Ítem 14	Ítem 15	Total C.O.	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	Ítem 5	Ítem 6	Ítem 7	Ítem 8	Ítem 9	Ítem 10	Total A.
1	1	3	4	4	5	5	3	4	4	5	4	5	5	4	5	61	4	3	3	4	3	4	5	3	3	5	37
2	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	71	6	5	5	6	5	6	4	4	5	6	52
3	5	4	5	3	5	4	5	3	3	4	5	4	5	5	5	65	5	3	4	5	4	5	6	5	6	4	47
4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	5	69	6	5	6	5	5	4	5	5	4	5	50
5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	71	6	6	5	5	6	6	5	3	5	5	52
6	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	3	2	3	4	55	4	3	4	4	3	4	3	4	4	2	35
7	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	68	6	4	5	6	5	5	5	2	4	4	46
8	5	5	4	3	4	5	5	5	5	4	2	3	4	5	5	64	5	3	2	3	4	4	4	3	6	6	40
9	2	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	3	4	65	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	45
10	5	3	3	2	3	4	4	3	4	4	4	5	5	4	5	59	6	5	6	6	3	4	3	2	3	5	43
11	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	69	5	3	3	4	5	5	4	4	6	5	44
12	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	3	4	5	4	63	5	3	4	5	4	5	5	3	3	6	43
13	4	3	3	2	2	3	3	3	1	2	4	5	5	4	5	49	3	2	1	3	2	3	3	1	4	4	26
14	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	72	6	5	5	6	6	6	6	3	5	4	52
15	3	5	5	5	4	5	3	4	5	4	3	4	5	5	5	65	4	3	4	4	4	5	4	2	4	6	40
16	4	4	5	3	3	3	1	2	3	5	4	5	4	5	4	55	4	3	3	3	3	4	3	1	1	3	28
17	5	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	68	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	47
18	3	1	2	1	1	2	1	1	2	3	4	3	3	4	3	34	1	2	2	4	2	3	3	2	3	3	25
19	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	71	5	4	5	2	6	6	5	6	4	5	48
20	5	5	5	4	3	4	4	3	4	5	4	5	5	5	5	66	5	3	3	4	3	5	4	2	4	4	37

ID	Compromiso Organizacional															Asociatividad											
	Íte m1	Íte m2	Íte m3	Íte m4	Íte m5	Íte m6	Íte m7	Íte m8	Íte m9	Ítem 10	Ítem 11	Ítem 12	Ítem 13	Ítem 14	Ítem 15	Total C.O.	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	Ítem 5	Ítem 6	Ítem 7	Ítem 8	Ítem 9	Ítem 10	Total A.
21	5	3	4	5	4	5	5	5	5	4	5	3	4	4	5	<b>66</b>	5	4	5	5	4	5	4	1	2	4	<b>39</b>
22	1	5	5	2	2	3	3	3	4	5	5	5	5	5	4	<b>57</b>	4	3	3	4	3	4	3	2	3	5	<b>34</b>
23	5	4	4	3	4	4	4	4	3	5	4	5	5	5	5	<b>64</b>	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	<b>43</b>
24	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	3	4	<b>66</b>	6	5	6	6	4	5	5	3	5	6	<b>51</b>
25	4	5	5	4	5	5	3	1	1	3	2	3	4	4	5	<b>54</b>	3	1	2	3	4	4	3	3	3	4	<b>30</b>
26	4	2	3	2	3	2	3	3	4	4	4	3	5	4	4	<b>50</b>	5	3	4	5	3	4	3	2	3	4	<b>36</b>
27	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	<b>69</b>	5	3	4	5	5	6	4	4	4	6	<b>46</b>
28	3	5	5	3	3	4	3	1	1	3	3	1	3	1	2	<b>41</b>	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	<b>31</b>
29	5	5	5	3	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	<b>70</b>	6	3	5	5	4	5	6	6	2	5	<b>47</b>
30	5	2	3	1	3	3	3	2	1	1	3	3	5	4	3	<b>42</b>	4	2	1	1	2	4	2	3	2	4	<b>25</b>
31	2	5	5	4	4	2	1	2	3	4	5	5	5	4	5	<b>56</b>	5	4	4	5	3	4	2	3	3	4	<b>37</b>
32	5	4	4	5	4	4	3	3	4	5	5	5	5	3	4	<b>63</b>	5	3	5	5	4	5	4	6	5	5	<b>47</b>
33	4	2	3	3	3	4	3	3	2	3	1	2	4	4	5	<b>46</b>	2	1	3	4	2	3	3	1	3	4	<b>26</b>
34	1	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	<b>66</b>	4	3	3	5	4	4	4	4	5	5	<b>41</b>
35	5	5	4	4	5	5	5	3	5	5	5	3	4	5	5	<b>68</b>	6	5	5	5	5	6	5	3	5	5	<b>50</b>
36	2	5	5	3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	<b>65</b>	5	3	4	4	4	5	4	5	4	4	<b>42</b>
37	4	1	2	1	2	2	3	1	3	4	4	5	4	1	4	<b>41</b>	4	2	3	4	2	2	3	3	3	4	<b>30</b>
38	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	<b>69</b>	6	4	6	6	4	5	5	4	3	5	<b>48</b>
39	3	1	1	2	1	1	2	3	3	3	1	1	3	1	4	<b>30</b>	2	1	2	2	3	6	2	2	1	3	<b>24</b>
40	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	<b>69</b>	5	3	4	5	2	5	5	4	5	5	<b>43</b>
41	4	2	4	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	<b>65</b>	4	3	1	3	5	4	4	2	2	3	<b>31</b>
42	4	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5	5	4	<b>65</b>	4	3	3	4	5	5	4	4	4	4	<b>40</b>
43	5	5	5	4	5	5	4	4	3	4	4	3	5	5	5	<b>66</b>	6	4	5	6	3	5	5	3	6	6	<b>49</b>

ID	Compromiso Organizacional															Asociatividad											
	Íte m1	Íte m2	Íte m3	Íte m4	Íte m5	Íte m6	Íte m7	Íte m8	Íte m9	Ítem 10	Ítem 11	Ítem 12	Ítem 13	Ítem 14	Ítem 15	Total C.O.	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	Ítem 5	Ítem 6	Ítem 7	Ítem 8	Ítem 9	Item 10	Total A.
44	4	2	3	1	1	3	3	3	4	5	5	5	4	4	5	<b>52</b>	4	2	3	3	2	4	2	3	1	4	<b>28</b>
45	5	5	5	3	4	4	4	5	4	4	3	4	3	3	4	<b>60</b>	4	3	4	5	3	5	4	2	3	5	<b>38</b>
46	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	<b>69</b>	5	5	4	5	5	6	6	5	4	5	<b>50</b>
47	2	3	3	1	3	4	3	3	2	4	5	4	5	4	5	<b>51</b>	3	2	3	3	2	4	3	1	2	5	<b>28</b>
48	4	1	3	2	3	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	<b>58</b>	4	2	3	4	2	4	3	2	3	3	<b>30</b>
49	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	<b>71</b>	6	4	6	6	5	5	5	4	5	5	<b>51</b>
50	5	3	4	2	3	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	<b>59</b>	4	2	4	4	3	4	2	3	3	2	<b>31</b>
51	2	1	1	1	2	3	3	2	3	4	3	4	4	4	4	<b>41</b>	2	1	3	3	2	3	1	2	2	4	<b>23</b>
52	5	5	5	3	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	<b>68</b>	5	4	4	5	4	6	5	3	4	6	<b>46</b>
53	3	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	<b>69</b>	6	5	5	5	4	6	5	5	5	1	<b>47</b>
54	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	2	<b>64</b>	5	3	5	5	3	4	4	1	4	5	<b>39</b>
55	5	3	3	2	3	1	2	1	1	3	3	4	5	4	5	<b>45</b>	4	3	4	4	3	3	3	1	6	4	<b>35</b>
56	4	5	5	3	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	<b>69</b>	5	3	4	4	5	5	4	5	5	3	<b>43</b>
57	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	2	3	4	<b>61</b>	4	2	1	3	2	5	4	4	3	5	<b>33</b>
58	4	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	<b>65</b>	5	4	4	5	3	5	5	2	4	2	<b>39</b>
59	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	<b>70</b>	6	5	6	6	6	6	4	3	6	4	<b>52</b>
60	3	5	5	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	<b>65</b>	4	2	3	3	4	4	6	2	3	5	<b>36</b>
61	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	4	5	4	5	<b>53</b>	4	3	4	4	3	3	4	1	5	6	<b>37</b>
62	4	5	5	5	4	5	3	4	5	5	4	5	4	2	4	<b>64</b>	5	3	4	4	4	5	4	2	4	4	<b>39</b>
63	5	3	3	2	3	3	3	3	1	3	5	4	5	4	4	<b>51</b>	4	3	3	2	3	4	3	2	2	5	<b>31</b>
64	4	3	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	<b>68</b>	5	3	4	6	5	5	1	5	5	4	<b>43</b>
65	4	5	5	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	<b>57</b>	4	2	4	4	2	4	4	2	4	5	<b>35</b>
66	5	3	3	1	2	2	1	1	2	1	1	3	4	3	4	<b>36</b>	2	1	3	3	2	2	2	1	3	4	<b>23</b>

ID	Compromiso Organizacional															Asociatividad											
	Íte m1	Íte m2	Íte m3	Íte m4	Íte m5	Íte m6	Íte m7	Íte m8	Íte m9	Ítem 10	Ítem 11	Ítem 12	Ítem 13	Ítem 14	Ítem 15	Total C.O.	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	Ítem 5	Ítem 6	Ítem 7	Ítem 8	Ítem 9	Ítem 10	Total A.
67	4	3	3	2	3	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	<b>61</b>	5	3	4	5	3	4	3	2	4	3	<b>36</b>
68	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	2	3	4	4	5	<b>63</b>	5	4	5	5	4	5	4	3	5	5	<b>45</b>
69	3	2	3	1	3	2	1	2	3	3	4	3	4	3	4	<b>41</b>	4	3	2	4	2	3	5	1	2	6	<b>32</b>
70	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	<b>69</b>	5	6	5	6	4	6	5	4	4	2	<b>47</b>
71	1	5	3	2	3	3	4	4	5	5	3	4	5	4	5	<b>56</b>	2	1	2	3	3	4	3	2	3	4	<b>27</b>
72	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	<b>70</b>	5	3	6	6	5	5	5	5	6	5	<b>51</b>
73	5	3	3	3	3	3	2	3	1	2	1	3	4	3	4	<b>43</b>	3	2	3	4	2	2	2	1	2	4	<b>25</b>
74	2	1	2	1	1	2	2	3	3	4	4	5	5	4	5	<b>44</b>	2	1	3	3	2	3	3	2	5	5	<b>29</b>
75	4	3	4	3	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	<b>63</b>	5	5	3	5	3	5	5	4	5	4	<b>44</b>
76	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	<b>71</b>	6	6	6	5	5	5	4	5	4	5	<b>51</b>
77	3	2	1	1	2	1	2	3	3	4	4	3	5	3	4	<b>41</b>	2	2	2	3	2	6	2	2	3	4	<b>28</b>
78	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	<b>70</b>	6	2	6	6	4	6	4	4	4	1	<b>43</b>
79	5	3	4	3	3	3	2	2	3	2	3	4	5	4	5	<b>51</b>	2	1	2	3	3	4	3	1	3	5	<b>27</b>
80	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	<b>68</b>	5	2	4	4	5	5	6	3	5	5	<b>44</b>
81	4	3	3	3	3	2	1	1	3	3	5	4	4	4	5	<b>48</b>	3	1	2	3	3	4	3	2	2	3	<b>26</b>
82	5	3	3	2	3	4	3	3	4	4	4	5	5	3	4	<b>55</b>	4	1	3	4	3	4	4	2	4	4	<b>33</b>
83	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	<b>69</b>	5	3	4	6	4	5	5	4	4	6	<b>46</b>
84	5	3	3	3	3	2	3	3	1	3	3	2	4	2	3	<b>43</b>	2	1	3	3	3	2	3	1	3	4	<b>25</b>
85	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	<b>69</b>	5	2	4	4	5	5	4	3	6	5	<b>43</b>
86	5	2	3	2	3	3	3	2	1	3	3	4	5	3	4	<b>46</b>	3	1	2	3	2	3	3	1	2	4	<b>24</b>
87	5	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	5	5	4	5	<b>58</b>	5	3	5	5	5	5	5	2	5	5	<b>45</b>
88	3	5	5	2	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	<b>65</b>	4	2	2	3	4	4	4	5	4	4	<b>36</b>
89	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	<b>69</b>	6	4	5	5	5	6	4	2	6	5	<b>48</b>

ID	Compromiso Organizacional															Asociatividad											
	Íte m1	Íte m2	Íte m3	Íte m4	Íte m5	Íte m6	Íte m7	Íte m8	Íte m9	Ítem 10	Ítem 11	Ítem 12	Ítem 13	Ítem 14	Ítem 15	Total C.O.	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	Ítem 5	Ítem 6	Ítem 7	Ítem 8	Ítem 9	Ítem 10	Total A.
90	5	5	4	3	4	4	4	4	2	3	1	3	4	3	4	<b>53</b>	5	2	3	5	3	4	4	2	5	3	<b>36</b>
91	3	1	2	1	1	2	1	3	4	5	4	5	5	4	5	<b>46</b>	3	2	2	4	3	3	2	1	3	3	<b>26</b>
92	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	<b>72</b>	6	6	5	6	5	1	6	4	5	6	<b>50</b>
93	5	3	3	2	3	4	3	3	1	1	2	3	4	5	4	<b>46</b>	4	2	1	1	3	3	1	1	3	4	<b>23</b>
94	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	3	4	<b>66</b>	5	1	3	4	4	5	4	2	4	4	<b>36</b>
95	5	3	5	3	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	<b>67</b>	6	3	5	6	5	5	5	4	6	5	<b>50</b>
96	4	5	5	3	4	4	3	3	4	5	4	5	4	5	3	<b>61</b>	4	3	4	5	5	5	3	5	4	2	<b>40</b>
97	3	2	3	2	1	1	1	2	2	3	3	4	5	4	5	<b>41</b>	3	2	3	4	3	3	3	1	1	4	<b>27</b>
98	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	3	4	3	4	<b>64</b>	4	2	4	4	4	4	4	2	5	5	<b>38</b>
99	3	5	5	5	4	5	3	5	5	4	4	5	4	4	5	<b>66</b>	5	1	5	5	5	5	4	2	3	4	<b>39</b>
100	5	3	3	3	4	4	5	3	3	4	3	3	4	4	5	<b>56</b>	3	1	3	2	3	4	3	2	5	5	<b>31</b>
101	4	3	4	2	3	3	4	4	4	5	5	4	5	5	5	<b>60</b>	5	2	4	5	4	5	3	5	5	2	<b>40</b>
102	4	5	5	4	4	5	3	5	5	4	3	3	4	3	3	<b>60</b>	5	4	5	6	4	5	3	3	4	4	<b>43</b>
103	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	<b>69</b>	4	1	2	3	4	6	5	4	4	5	<b>38</b>
104	3	5	5	3	3	3	3	1	1	3	3	3	4	2	4	<b>46</b>	3	1	1	2	3	3	2	1	2	3	<b>21</b>
105	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	<b>69</b>	4	6	6	6	5	6	4	4	6	5	<b>52</b>
106	5	5	3	4	4	4	5	3	4	5	5	5	4	5	5	<b>66</b>	5	2	2	2	4	5	5	2	4	4	<b>35</b>
107	3	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	3	5	2	4	<b>62</b>	4	2	4	5	4	5	4	3	5	6	<b>42</b>
108	4	2	1	1	2	2	2	3	3	4	2	1	3	3	4	<b>37</b>	2	1	3	4	3	1	2	1	2	3	<b>22</b>
109	5	3	4	3	3	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	<b>64</b>	5	3	4	6	4	5	4	3	6	4	<b>44</b>
110	3	5	5	5	5	5	4	4	4	5	3	4	5	2	4	<b>63</b>	5	2	2	3	4	4	4	4	4	3	<b>35</b>
111	5	2	3	3	3	2	1	2	3	4	5	5	4	5	5	<b>52</b>	4	1	3	5	3	4	4	2	4	4	<b>34</b>
112	1	5	3	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	<b>64</b>	5	3	5	6	5	5	4	3	5	5	<b>46</b>

ID	Compromiso Organizacional															Asociatividad											
	Íte m1	Íte m2	Íte m3	Íte m4	Íte m5	Íte m6	Íte m7	Íte m8	Íte m9	Ítem 10	Ítem 11	Ítem 12	Ítem 13	Ítem 14	Ítem 15	Total C.O.	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	Ítem 5	Ítem 6	Ítem 7	Ítem 8	Ítem 9	Ítem 10	Total A.
113	4	1	2	2	3	2	3	3	4	5	5	4	5	5	5	53	4	2	1	3	4	4	4	1	4	3	30
114	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	3	4	4	5	4	65	6	5	5	6	4	4	4	3	4	4	45
115	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	69	4	2	3	3	4	6	4	4	5	5	40
116	1	1	2	1	2	3	3	3	4	5	4	5	5	4	5	48	5	2	4	4	3	3	3	3	3	3	33
117	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	2	4	4	4	63	5	2	4	4	4	4	5	5	6	4	43
118	5	2	3	3	3	4	3	3	3	1	1	1	3	3	4	42	3	1	1	3	3	2	2	3	2	4	24
119	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	71	6	6	5	6	6	6	3	2	5	3	48
120	5	3	3	3	4	4	2	3	4	4	4	5	3	1	4	52	4	2	4	4	3	3	4	1	3	2	30
121	5	3	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	64	5	2	2	4	4	5	4	4	6	6	42
122	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	68	5	4	5	6	4	6	5	1	4	2	42
123	4	1	2	2	3	2	1	2	1	2	3	2	2	4	4	35	2	1	2	2	3	3	1	5	2	5	26
124	3	5	4	3	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	3	64	4	2	4	4	4	5	4	4	4	3	38
125	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	3	5	69	6	5	6	6	4	6	4	4	6	5	52
126	4	4	3	3	3	2	3	1	2	3	2	4	4	5	5	48	3	2	2	3	3	3	1	3	3	3	26
127	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	69	5	4	5	5	4	6	5	4	4	6	48
128	5	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	70	6	6	5	6	5	6	4	4	6	1	49
129	3	1	3	1	1	2	2	1	3	4	1	1	4	4	4	35	3	1	1	2	3	3	2	1	2	4	22
130	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	65	4	2	4	5	4	5	5	4	4	4	41
131	4	1	3	1	1	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	54	3	2	3	4	3	4	3	1	5	4	32
132	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	70	6	5	6	6	5	2	6	4	4	6	50
133	4	3	4	3	3	4	3	1	2	3	3	2	3	2	3	43	2	1	2	4	3	3	3	1	1	3	23
134	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	3	1	4	64	4	3	4	5	4	4	5	5	6	4	44
135	5	5	5	3	3	4	4	2	3	4	4	5	5	5	5	62	3	3	4	5	4	4	4	3	5	5	40

	Compromiso Organizacional															Asociatividad											
ID	Íte m1	Íte m2	Íte m3	Íte m4	Íte m5	Íte m6	Íte m7	Íte m8	Íte m9	Ítem 10	Ítem 11	Ítem 12	Ítem 13	Ítem 14	Ítem 15	Total C.O.	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	Ítem 5	Ítem 6	Ítem 7	Ítem 8	Ítem 9	Ítem 10	Total A.
136	3	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	2	2	64	4	2	4	3	4	5	4	4	5	3	38
137	5	4	4	4	5	4	3	3	5	5	4	4	3	1	4	58	3	3	3	4	4	4	3	3	4	5	36
138	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	69	6	6	5	6	5	6	5	5	4	4	52
139	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	3	4	5	2	2	63	6	5	6	6	4	5	4	3	5	5	49
140	3	3	2	1	3	4	3	3	4	4	5	5	3	4	5	52	4	3	4	5	3	3	4	4	2	3	35
																Siempre	26	8	13	28	5	24	8	3	17	16	
Totalmente de acuerdo	63	64	64	20	24	60	45	42	56	72	47	75	84	50	76	Casi siempre	45	14	29	39	28	47	32	18	32	44	
De acuerdo	45	24	32	44	64	44	41	40	44	44	58	32	42	54	52	Algunas veces	40	17	39	37	47	40	50	29	41	47	
Neutral	20	28	32	40	36	16	35	36	20	16	22	22	12	22	8	Neutral	16	41	31	26	41	21	32	32	28	22	
En desacuerdo	6	12	8	20	8	16	9	11	8	4	6	6	2	8	4	Rara vez	12	37	19	8	19	6	13	33	17	8	
Totalmente en desacuerdo	6	12	4	16	8	4	10	11	12	4	7	5	0	6	0	Nunca	1	23	9	2	0	2	5	25	5	3	
TOTAL	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	TOTAL	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140

Elaborado por: Fernández, M. 2017