



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

La responsabilidad social corporativa y la cultura organizacional en la
Cooperativa Visión de los Andes (Vis Andes).

**Trabajo de Titulación para optar al título de Tercer Nivel Licenciatura en
Administración de Empresas**

Autor

Tacuri Saavedra, Cinthya Lizbeth

Tutor

Mgs. Katherine Gueovanna Guerrero Arrieta

Riobamba, Ecuador. 2025

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, **Cinthy Lizbeth Tacuri Saavedra**, con cédula de ciudadanía **0603983594**, autora del trabajo de investigación titulado: **La responsabilidad social y la cultura organizacional en la Cooperativa Visión de los Andes (Vis Andes)**, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mi exclusiva responsabilidad. Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, serán de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba 23 de junio de 2025.



Cinthy Lizbeth Tacuri Saavedra

C.I: 0603983594

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Ing. Katherine Geovanna Guerrero Arrieta catedrático adscrito a la FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN LA COOPERATIVA VISIÓN DE LOS ANDES (Vis Andes), bajo la autoría de Cinthya Lizbeth Tacuri Saavedra; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 23 días del mes de junio de 2025.



Ing. Katherine Geovanna Guerrero Arrieta

TUTORA

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

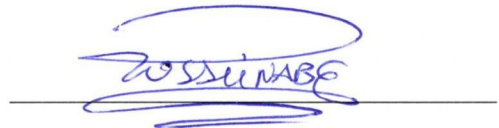
Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación “LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN LA COOPERATIVA VISIÓN DE LOS ANDES (Vis Andes)”, presentado por Cinthya Lizbeth Tacuri Saavedra, con cédula de identidad 0603983594, bajo la tutoría de la Ing. Katherine Geovanna Guerrero Arrieta; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba a los 23 días del mes de junio de 2025.

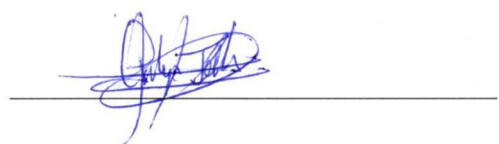
PhD. Francisco Pérez
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Francisco Pérez', written over a horizontal line.

Mgs. Rosalina Balanzategui
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Rosalina Balanzategui', written over a horizontal line.

Mgs. Cinthya Tello
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Cinthya Tello', written over a horizontal line.



CERTIFICACIÓN

Que, **TACURI SAAVEDRA CINTHYA LIZBETH con CC: 060398359-4**, estudiante de la Carrera de **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, Facultad de **Ciencias Políticas y Administrativas**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN LA COOPERATIVA VISIÓN DE LOS ANDES (VIS ANDES) ", cumple con el 10% de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **Compilatio Magister**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 22 de enero de 2025



Firmado electrónicamente por:
**KATHERINE GEOVANNA
GUERRERO ARRIETA**

Validar Únicamente con FirmaRC

Msc. Katherine Guerrero A.
TUTOR(A)

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación lo dedico a Dios, que me supo brindar la sabiduría y el conocimiento en los momentos más complicados y difíciles de mi vida.

A mi padre Luis Ermel Tacuri Aynaguano que ha estado presente brindándome apoyo incondicional en lo moral y económico, me impulsó a seguir adelante y no estancarme en el camino, para hoy en día culminar mi carrera profesional y ser una persona preparada moral y éticamente.

A mi madre Ana Mercedes Saavedra Jaramillo quien estuvo conmigo en todo mi transcurso estudiantil aconsejándome para que siga adelante en mis estudios, y gracias a ello puedo hoy ser un profesional y persona de bien.

A mis hermanos Jessica, Alexander y María José por estar conmigo en cada momento de mi vida estudiantil.

A mi persona especial que de una u otra manera supo darme un aliento y motivación mediante consejos y sus tratos, que me dio fuerzas para mantenerme de pie y seguir luchando con cada percance que se presentó en mi vida y fue un pilar fundamental para estar culminando la carrera.

A mis estimados docentes Ing. Francisco e Ing. Katherine que me dieron sus consejos y me motivaron a continuar y no decaer en los hechos de la vida y seguir de pie.

A mis compañeros de clase que de una u otra manera supieron estar ahí conmigo en los buenos y malos momentos en el transcurso de la vida universitaria y seguir adelante.

Tacuri Cinthya.

AGRADECIMIENTO

A Dios; por brindarme las fuerzas necesarias para no rendirme y seguir cumpliendo mis sueños mediante la fuerza espiritual.

A mi padre; por siempre apoyarme, confiar en mí y demostrarme que todo se consigue con esfuerzo.

A mi madre; por confiar en mí, apoyarme en mi vida cotidiana, con su amor y comprensión.

A la Universidad Nacional de Chimborazo; por prepararme para la vida y brindarme las herramientas necesarias para ser una excelente profesional.

A mi tutora Katherine Geovanna Guerrero Arrieta; una docente excepcional, que supo guiarme tanto profesional como moralmente en este proceso con una actitud amable y humilde para mejorar mis conocimientos e ideas.

A todas las personas que estuvieron de una u otra manera apoyándome, los agradezco de corazón.

Tacuri Cinthya.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE FIGURAS

ÍNDICE DE TABLAS

RESUMEN

ABSTRACT

CAPÍTULO I.....	16
1. INTRODUCCION.....	16
1.1 Planteamiento del Problema.....	17
1.1.1 Formulación del Problema.....	18
1.2 Objetivos.....	19
1.2.1 General.....	19
1.2.2 Específicos.....	19
CAPÍTULO II.....	20
2. MARCO TEÓRICO.....	20
2.1 Antecedentes.....	20
2.2 Fundamentación teórica.....	22
2.2.1 Responsabilidad Social y Corporativa, RSC.....	22
2.2.1.1 Tipos de Responsabilidad Social Corporativa.....	22
2.2.1.2 Principios de la RSC.....	24
2.2.1.3 Ámbitos de la responsabilidad social corporativa.....	25
2.2.2 Cultura organizacional.....	26
2.2.2.1 Importancia de la cultura organizacional.....	26
2.2.2.2 Características de la cultura organizacional.....	27
2.2.2.3 Niveles de la cultura organizacional.....	28
2.2.2.4 Implementación de una cultura organizacional.....	29
2.2.3 Cooperativa de Ahorro y Crédito de los Andes (Vis Andes).....	29
CAPÍTULO III.....	32
3. METODOLOGIA.....	32

3.1	Método.....	32
3.1.1	Hipotético-deductivo.....	32
3.2	Tipo de Investigación.....	33
3.2.1	Investigación descriptiva.....	33
3.2.2	Investigación de campo.....	33
3.3	Técnicas de recolección de datos.....	33
3.3.1	Técnica.....	33
3.3.1.1	Encuesta.....	34
3.3.2	Instrumento.....	34
3.3.2.1	Cuestionario de encuesta.....	34
3.4	Población de estudio y tamaño de muestra.....	35
3.4.1	Población.....	35
3.4.2	Muestra.....	35
3.5	Hipótesis.....	36
3.6	Métodos de análisis, y procesamiento de datos.....	36
3.6.1.1	Chi-Cuadrado.....	36
CAPÍTULO IV.....		37
4.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	37
4.1.1	Análisis e interpretación de datos.....	38
4.1.1.1	Resultados de la encuesta a socios.....	38
4.1.1.2	Resultados de encuesta a empleados.....	47
4.1.2	Comprobación de las hipótesis.....	63
4.1.3	Toma de decisión.....	67
4.1.4	Discusión.....	67
CAPÍTULO V.....		68
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	68
5.1	Conclusiones.....	68
5.2	Recomendaciones.....	69
CAPITULO VI.....		70
6.	PROPUESTA.....	70
6.1	Título de la propuesta.....	70
6.1.1	Objetivo de la propuesta.....	70
6.1.2	Reseña de la cooperativa.....	70
6.1.3	Misión, visión y valores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito de los Andes (Vis Andes).....	70

6.1.3.1	Misión.....	70
6.1.3.2	Visión.....	71
6.1.3.3	Valores.....	71
6.1.4	Estrategias de mejora en la RSC enfocadas a mejorar la cultura organizacional de la COAC Vis Andes.....	72
7.	BIBLIOGRAFÍA.....	77
8.	ANEXOS.....	82
8.1	Anexo 1 (Cuestionarios).....	82
8.1.1	Cuestionario para socios.....	82
8.1.2	Cuestionario para empleados.....	85
8.2	Anexo 2 (Matriz de Consistencia).....	89
8.3	Anexo 3 (Operacionalización de las variables).....	90
8.4	Anexo 4 (Correspondencia de ítems).....	92
8.4.1	Ítems cuestionario para socios.....	92
8.4.2	Ítems cuestionario para empleados.....	93

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Principios de la Responsabilidad Social Corporativa.....	24
Figura 2.	Características de la cultura organizacional.....	27
Figura 3.	Niveles de la cultura organizacional.....	28
Figura 4.	Estructura organizacional de la COAC Vis Andes.....	31
Figura 5.	Responsabilidad Social Corporativa.....	38
Figura 6.	Iniciativas RCS implementadas.....	39
Figura 7.	Satisfacción de los servicios.....	40
Figura 8.	Recomendación de la cooperativa.....	41
Figura 9.	Participación de los socios/clientes.....	42
Figura 10.	Programas de participación.....	43
Figura 11.	Impacto en la calidad de vida.....	44
Figura 12.	Servicios para mejorar la experiencia.....	45
Figura 13.	Opciones sostenibles con el ambiente.....	46
Figura 14.	Liderazgo en la cooperativa.....	47
Figura 15.	Condiciones laborales.....	48
Figura 16.	Identificación y solución de problemas.....	49
Figura 17.	Prácticas de gestión.....	50
Figura 18.	Ambiente de trabajo.....	51
Figura 19.	Comunicación en la cooperativa.....	52
Figura 20.	Estructura jerárquica.....	53
Figura 21.	Compromisos éticos.....	54
Figura 22.	Aspectos sociales y económicos.....	55
Figura 23.	Desarrollo y participación de los empleados.....	56
Figura 24.	Evaluación de desempeño.....	57
Figura 25.	Desarrollo sostenible.....	58
Figura 26.	Impacto del trabajo en la calidad de vida.....	59
Figura 27.	Responsabilidad social corporativa.....	60
Figura 28.	Valores y principios éticos.....	61
Figura 29.	Posición laboral.....	62

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Criterios de valoración del Alpha de Cronbach.....	37
Tabla 2.	Alpha de Cronbach ítems de socios.....	37
Tabla 3.	Alpha de Cronbach ítems de empleados.....	37
Tabla 4.	Responsabilidad Social Corporativa.....	38
Tabla 5.	Iniciativas de RSC implementadas.....	39
Tabla 6.	Satisfacción de los servicios.....	40
Tabla 7.	Recomendación de la cooperativa.....	41
Tabla 8.	Participación de los socios/clientes.....	42
Tabla 9.	Programas de participación.....	43
Tabla 10.	Impacto en la calidad de vida.....	44
Tabla 11.	Servicios para mejorar la experiencia.....	45
Tabla 12.	Opciones sostenibles con el ambiente.....	46
Tabla 13.	Liderazgo en la cooperativa.....	47
Tabla 14.	Condiciones laborales.....	48
Tabla 15.	Identificación y solución de problemas.....	49
Tabla 16.	Prácticas de gestión.....	50
Tabla 17.	Ambiente de trabajo.....	51
Tabla 18.	Comunicación en la cooperativa.....	52
Tabla 19.	Estructura jerárquica.....	53
Tabla 20.	Compromisos éticos.....	54
Tabla 21.	Aspectos sociales y económicos.....	55
Tabla 22.	Desarrollo y participación de los empleados.....	56
Tabla 23.	Evaluación de desempeño.....	57
Tabla 24.	Desarrollo sostenible.....	58
Tabla 25.	Impacto del trabajo en la calidad de vida.....	59
Tabla 26.	Responsabilidad social corporativa.....	60
Tabla 27.	Valores y principios éticos.....	61
Tabla 28.	Posición laboral.....	62
Tabla 29.	Tabla de contingencia DP1 * RSC1.....	63
Tabla 30.	Prueba del chi cuadrado.....	64
Tabla 31.	Distribución del chi cuadrado.....	65
Tabla 32.	Medidas simétricas-Gamma.....	65

Tabla 33.	Medidas direccionales.....	66
Tabla 34.	Aceptación o rechazo de hipótesis.....	67
Tabla 35.	Estrategias propuestas.....	72

RESUMEN

La responsabilidad social corporativa en la actualidad es un tema de exigencia para las empresas, ya que mediante las iniciativas y principios que trae consigo, fomenta el compromiso con la sociedad y a su vez contrarrestar los efectos que afectan a la naturaleza mediante proyectos sostenibles en el tiempo. Para implementar RSC, es fundamental partir de la cultura organizacional que manejan las empresas, en este caso la Cooperativa de Ahorro y Crédito Visión de los Andes (Vis Andes), fomenta principios importantes en la cultura organizacional, para de esta manera transmitir confianza y credibilidad entre el personal empresarial, socios y clientes. Asimismo, es necesario que la misma maneje la responsabilidad social corporativa, ya que permite mayor eficiencia y es una estrategia competitiva dentro de las instituciones financieras, en consecuencia, genera un mayor enfoque social en los proyectos. En este contexto, la investigación considera oportuno identificar la incidencia de la responsabilidad social dentro la cultura organizacional de la Cooperativa Vis Andes, Agencia Riobamba. Para lo cual se realiza una revisión de antecedentes teóricos y empíricos que demuestren los factores que expliquen a las variables de estudio y su papel dentro de la institución financiera. Para el estudio se ha tomado en cuenta los socios y clientes correspondientes al año 2023. En el contraste de las hipótesis se empleó la prueba del Chi Cuadrado de Pearson, así como el coeficiente de Gamma para comprobar la intensidad y el sentido entre las variables, así como el coeficiente D de Sommers, lo que explica la dependencia o independencia entre las mismas. Finalmente, con los resultados obtenidos, se aceptó la hipótesis alternativa.

Palabras claves: responsabilidad social corporativa, cultura organizacional, valores, iniciativas, sostenibilidad, proyectos.

ABSTRACT

Corporate social responsibility is currently a demanding issue for companies since, through the initiatives and principles that it brings with it, it promotes commitment to society and, in turn, counteracts the effects that affect nature through sustainable projects over time. To implement CSR, it is essential to start with the organizational culture of the companies. In this case, the Cooperativa de Ahorro y Crédito Visión de los Andes (Vis Andes) promotes essential organizational culture principles to transmit trust and credibility among the company's staff, members, and clients. Furthermore, it must manage corporate social responsibility, as it allows for greater efficiency, is a competitive strategy within financial institutions, and generates a greater social focus in projects. In this context, the research considers it appropriate to identify the impact of social responsibility within the organizational culture of the Vis Andes Cooperative, Riobamba Agency. For this purpose, a theoretical and empirical background review is carried out to demonstrate the factors that explain the study variables and their role within the financial institution. For the study, we considered the members and clients corresponding to 2023. In contrast to the hypotheses, Pearson's Chi-Square test was used, the Gamma coefficient was used to test the intensity and direction between the variables, and the Sommers' D coefficient, which explains the dependence or independence between the variables. Finally, with the results obtained, the alternative hypothesis was accepted.

Keywords: corporate social responsibility, organizational culture, values, initiatives, sustainability, projects.



Reviewed by
Mgs. Marcela González R.
ENGLISH PROFESSOR

CAPÍTULO I.

1. INTRODUCCION

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y la cultura organizacional son dos conceptos que han cobrado gran importancia en la gestión empresarial en los últimos años. Según (Carroll, 2019) la RSC se refiere a “la responsabilidad de las empresas para actuar en beneficio de la sociedad en general, más allá de sus intereses económicos directos”. Por otro lado, (Schein, 2019) define la cultura organizacional como “el patrón de valores, creencias y comportamientos compartidos por los miembros de una organización”.

Teniendo en cuenta que los conceptos mencionados anteriormente son de gran importancia en las empresas ya que mediante sus iniciativas elevan el compromiso con los trabajadores y la sociedad. Por ello, esta investigación tiene como objetivo determinar la incidencia de la responsabilidad social corporativa en la cultura organizacional de la Cooperativa Visión de los Andes (Vis Andes) ya que la RSC a más de ser una estrategia de crecimiento empresarial es una necesidad actual para todo tipo de empresas ya que mediante ello aportan al cuidado del ambiente y a su vez generan un compromiso con la sociedad, mediante proyectos, iniciativas entre otras, lo que permite el desarrollo sostenible y en consecuencia genera un impacto social positivo. La Cooperativa Visión de los Andes (VIS ANDES) es una organización que aporta soluciones financieras al sector productivo de la sociedad, la misma opera en distintas provincias del país, para los análisis de esta investigación se consideró la Agencia de la ciudad de Riobamba. Por lo tanto, recae la importancia de conocer como maneja la responsabilidad social corporativa y de qué manera afecta a la cultura organizacional, desempeño empresarial y su impacto en la sociedad.

La metodología utilizada en la investigación es hipotético-deductivo, se comprueba o rechaza las hipótesis mediante el análisis de datos en el programa SPSS de acuerdo con la información recolectada en las encuestas. La investigación cuenta con 8 secciones, en la sección I se plantea y describe el problema a investigar. En la sección II se analizan los antecedentes y se desarrolla la fundamentación teórica de las variables. En la sección III se describe la metodología, las técnicas de investigación y se establece el modelo estadístico aplicado para la comprobación de hipótesis. En la sección IV se encuentran los resultados y la discusión de la investigación. En la sección V se establecen las conclusiones y recomendaciones, en la sección VI se expone la propuesta, en la sección VII la bibliografía empleada y finalmente en la sección VIII se encuentran los anexos que respaldan la investigación.

1.1 Planteamiento del Problema

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y la cultura organizacional son temas de gran importancia en la gestión empresarial, ya que pueden influir en el desempeño y el impacto de una empresa en la sociedad. La Cooperativa Visión de los Andes (Vis Andes) en Ecuador es una organización que ha demostrado un fuerte compromiso con la RSC y la cultura organizacional en su estrategia empresarial.

Tal es el caso, de la Vis Andes, el cual es una empresa líder en su sector dando aportaciones a soluciones financieras, enfrenta un problema significativo en cuanto a la rotación constante de personal. Esta situación ha llevado a que los empleados perciban una cultura organizacional debilitada, lo que podría estar relacionado con una falta de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en la compañía.

La alta rotación de personal en Vis Andes no solo afecta la eficiencia y productividad de la empresa, sino que también genera un ambiente laboral inestable. Los empleados pueden sentirse inseguros acerca de su futuro en la compañía y, por ende, disminuir su compromiso y lealtad hacia la organización. Además, la constante necesidad de capacitar a nuevos empleados implica un gasto considerable en tiempo y recursos.

La Responsabilidad Social Corporativa es un conjunto de prácticas y políticas que las empresas adoptan para asegurar un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. La falta de RSC en Vis Andes podría generar desconfianza y descontento entre los empleados, quienes pueden percibir que la empresa no se preocupa por su bienestar ni por el entorno en el que opera. La alta rotación de personal en Vis Andes, sumada a una cultura organizacional debilitada y una aparente falta de Responsabilidad Social Corporativa, representan problemas serios que la empresa debe abordar.

Vis Andes, una empresa líder en su sector, enfrenta desafíos en la implementación de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y la Cultura Organizacional, lo cual podría estar afectando tanto la percepción de los empleados como el entorno en el que opera. La falta de RSC y una cultura organizacional debilitada pueden generar problemas como la alta rotación de personal, disminución del compromiso y lealtad de los empleados, y un impacto negativo en la sociedad y el medio ambiente.

Por otro lado, la cultura organizacional es un aspecto crucial para el éxito de cualquier empresa, ya que permite a los empleados sentirse identificados con la organización y se traduce en un mayor compromiso y satisfacción laboral. Según una encuesta realizada a los empleados de Vis Andes en 2021, el 35% considera que la cultura organizacional de la empresa necesita mejorar. (Vis Andes, 2024)

El problema de investigación se centra en determinar el impacto de la implementación de la Responsabilidad Social Corporativa en la Cultura Organizacional en la Cooperativa Visión de los Andes (Vis Andes) y su entorno. Para abordar este problema, es necesario identificar los obstáculos y desafíos que enfrenta Vis Andes en la implementación de la RSC y la Cultura Organizacional, así como evaluar el impacto y la eficacia de las prácticas implementadas en la organización y en su entorno.

El objetivo principal de esta investigación es determinar cómo Vis Andes puede mejorar la implementación de la RSC y la cultura organizacional en su estrategia empresarial, para lograr un impacto más positivo en la sociedad y un mayor compromiso de sus empleados.

Por lo tanto, Vis Andes puede mejorar la implementación de la RSC y la cultura organizacional en su estrategia empresarial, para lograr un impacto más positivo en la sociedad y un mayor compromiso de sus empleados.

La Cooperativa Visión de los Andes (Vis Andes) se enfrenta al reto de implementar la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y la Cultura Organizacional de manera efectiva, para mejorar su imagen y percepción ante la sociedad, fomentar el desarrollo sostenible de su entorno y comunidad, y fortalecer su posicionamiento en el mercado.

1.1.1 Formulación del Problema

El problema que aborda esta investigación se plantea de la siguiente manera: ¿Cómo la responsabilidad social corporativa incide en la cultura organizacional en la Cooperativa Visión de los Andes (Vis Andes)?

1.2 Objetivos

1.2.1 General

- Determinar la incidencia de la responsabilidad social corporativa en la cultura organizacional de la Cooperativa Visión de los Andes (Vis Andes).

1.2.2 Específicos

- Fundamentar teóricamente la responsabilidad social corporativa y la cultura organizacional en la Cooperativa Visión de los Andes (Vis Andes).
- Contrastar los principios de responsabilidad social corporativa y de cultura organizacional que posee la Cooperativa Visión de los Andes (Vis Andes).
- Proponer estrategias de responsabilidad social corporativa para mejorar la cultura organizacional en la Cooperativa Visión de los Andes (Vis Andes)

CAPÍTULO II.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

En la investigación realizada en el año 2020 en el Ecuador por la autora Jessica Valeria Chiluiza Naula titulada: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y LA INTERMEDIACIÓN FINANCIERA DEL SECTOR COOPERATIVO FINANCIERO DEL SEGMENTO CINCO DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO, se realizó el análisis a 34 cooperativas de ahorro y crédito en donde se evidenció que las organizaciones cumplen un 87% con el principio de transparencia, aunque existe un 4% de desconocimiento de la gestión de los objetivos estratégicos por parte de sus representantes, un cumplimiento en las normas del 63% y un 2% en iniciativas de sostenibilidad, el 54% de las COAC realiza autoevaluaciones y un 2% olvida gestionar las metas planteadas, el 59% gestiona socialmente responsable, el 76% efectúa consumo responsable, y un 62% dispone de un marco o estructura de información, por lo tanto se resalta la importancia de capacitar al personal de las cooperativas y demás personas interesadas sobre temas de responsabilidad social corporativa para así mejorar los conocimientos, habilidades y actitudes para el desarrollo conjunto de su entorno (Chiluiza, 2020).

En la investigación realizada en el año 2023 por las autoras Rosa del Pilar Hernández Durán y Katherin Sthefania Guanolema Cabay denominada: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO DEL GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA han determinado que, en términos generales, la gestión del talento humano cumple con el compromiso institucional estipulado por la Ley, sin embargo, las prácticas de responsabilidad social corporativa en esta área presentan limitaciones y se concentran principalmente en aspectos tradicionales como la puntualidad en el pago de salarios y beneficios. En consecuencia, las autoridades del GAD Municipal de Ambato perciben la gestión del talento humano desde una perspectiva que busca el bienestar de los colaboradores a través del compromiso con la organización. No obstante, se reconoce la falta de implementación de prácticas avanzadas de responsabilidad social corporativa que vayan más allá de las convencionales, por lo tanto, existe la necesidad de un mayor desarrollo y aplicación de enfoques de responsabilidad social corporativa en la gestión del talento humano en los GAD's, a fin de mejorar las relaciones internas y lograr un impacto positivo en todos los niveles de la organización (Hernández & Guanolema, 2023).

Por su parte, Benalcázar (2023) en su investigación titulada: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA EN LA DISTRIBUIDORA CABRERA RIOBAMBA, menciona que en las empresas es fundamental la responsabilidad social ya que implica tanto la responsabilidad con la sociedad, como con la economía y con el ambiente dando a conocer que en dicha empresa no direccionan sus actividades internas de manera responsable debido al desconocimiento en el tema de la responsabilidad social empresarial, lo que genera un riesgo de sostenibilidad económica, del mismo modo, el clima laboral no presenta las condiciones necesarias para un desempeño eficiente y en el aspecto ambiental no se ha fomentado un adecuado tratamiento de los desechos generados por la actividad que desarrolla, lo que impide que la distribuidora obtenga una posición altamente competitiva en el mercado, llegando a la conclusión de que la empresa debe trabajar orientando sus actividades en el cumplimiento de los ejes establecidos por la responsabilidad social y empresarial para alcanzar una mejor imagen corporativa, recalcando así la importancia que tiene la estructura organizacional con la responsabilidad social (Benalcázar, 2023).

(Masaquiza, 2022) en su investigación titulada: DISEÑO DE ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO KULLKI WASI EN LA CIUDAD DE AMBATO, determinó que las debilidades en cuanto a la cultura organizacional se manifiestan en que los valores, creencias, y actitudes compartidas por los miembros de la institución no favorecen el buen desempeño laboral debido a que no poseen un sentido de pertinencia hacia la cooperativa, por lo que al no existir este aspecto y siendo de suma importancia para alcanzar los objetivos de la institución se ha visto un déficit laboral y por ende también ha repercutido en el incremento de la rotación de personal, afectando esta situación no solo a la organización sino que también a los socios en general ya que la rotación constante de personal genera desconfianza y falta de credibilidad, siendo necesario una serie de estrategias con sus respectivas actividades, plan de acción, presupuesto y cronograma de trabajo, evaluando cada acción y su posible ajuste.

Finalmente, (Márquez, Martínez, Sosa, & González, 2023) en su estudio titulado: LA IMPORTANCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN UNA EMPRESA CONSTRUCTORA, resalta que la responsabilidad social empresarial no influye significativamente en la cultura organizacional de la empresa, destacando la necesidad de trabajar con modelos de gestión integrados que

permitan una mejor unión de las dos variables, puesto a que le trabajar con enfoques individualistas impide una integración total de sus variables, recomendando así realizar más investigaciones para explorar otros factores que puedan influir en la implementación efectiva de la responsabilidad social empresarial en las organizaciones, como la cultura organizacional, el liderazgo, la gestión del conocimiento y la innovación.

2.2 Fundamentación teórica

2.2.1 Responsabilidad Social y Corporativa, RSC.

Para (Bello, 2022), la responsabilidad social corporativa (RSC) es una forma de autoregulación empresarial que tiene como objetivo ser socialmente responsable, puede ofrecer una mayor rentabilidad de lo que muchas empresas piensan y proporciona importantes beneficios para la imagen de la marca, no existe un único enfoque correcto para implementar una estrategia de RSC por lo que muchas iniciativas corporativas se enfocan en tener un impacto positivo en la economía, el medio ambiente o la sociedad en general, en este punto, con una creciente conciencia social, tanto empleados como clientes valoran y prefieren gastar en empresas que priorizan una sólida estrategia de Responsabilidad Social Corporativa. Las investigaciones demuestran que las empresas que adoptan la RSC obtienen múltiples beneficios. La percepción pública de la empresa es crucial para su éxito.

En resumen, la RSC se puede definir como el compromiso de una empresa de gestionar de manera responsable los impactos sociales, ambientales y económicos de sus operaciones, cumpliendo con las expectativas públicas. Esto a menudo afecta a todas las áreas del negocio y, en algunos casos, la ley ya exige ciertos aspectos, como la protección de la información privada en sectores como el bancario y el hospitalario (Bello, 2022).

2.2.1.1 Tipos de Responsabilidad Social Corporativa

Responsabilidad social: en el siglo XXI ha tomado mayor relevancia dentro del sector empresarial, misma que se considera como una estrategia para la creación de valor, comunicación efectiva enfocada en crear lazos de acción y cooperación entre distintos organismos. La ONU en el 2010 propuso algunos principios de responsabilidad social centrados en temas específicos como: derechos humanos, prácticas laborales, sostenibilidad ambiental y anticorrupción. Es decir, busca encarar los desafíos actuales mediante principios y normas a nivel industrial, empresarial, social y ambiental (Rocha et al., 2024).

Responsabilidad ambiental: dependiendo del tamaño y sector de la empresa, la responsabilidad ambiental puede manifestarse de diferentes maneras. Para algunas, implica el uso de fuentes de energía alternativas y materiales sostenibles. Para otras, puede significar establecer programas de reciclaje o colaborar y ofrecer voluntariado a organizaciones locales que se centran en el medio ambiente (Bello, 2022).

Responsabilidad ética: este tipo de responsabilidad social corporativa puede presentarse de diversas formas. Algunos ejemplos comunes incluyen establecer un salario mínimo más alto, garantizar que todos los materiales provengan de fuentes éticas y asegurar que todos los empleados reciban beneficios completos (Bello, 2022).

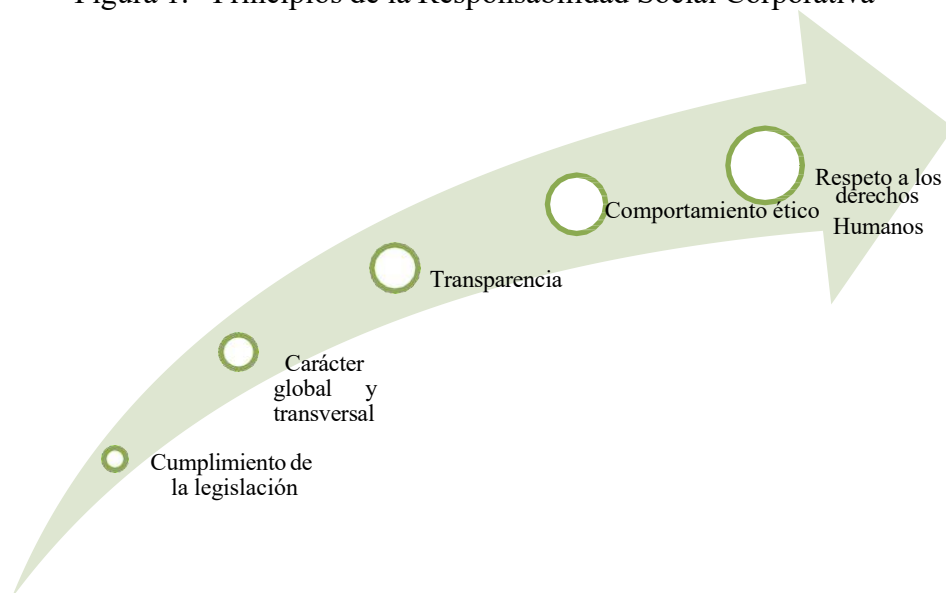
Responsabilidad filantrópica: Hoy en día, se espera que las empresas contribuyan a las comunidades donde operan y donen a causas que se alineen con su misión. Cuando las empresas hacen esto, cumplen con su responsabilidad filantrópica. Esta responsabilidad puede variar desde patrocinar eventos de recaudación de fondos de organizaciones locales sin fines de lucro hasta donar un porcentaje de las ganancias anuales a causas significativas (Bello, 2022).

Responsabilidad económica: la responsabilidad económica implica tomar decisiones financieras que prioricen el bien común, no solo la obtención de ganancias. Este tipo de responsabilidad social está interconectado con los otros tipos mencionados. Por ejemplo, podría significar que una empresa firme un contrato con un proveedor que utilice materiales sostenibles, incluso si resulta más costoso. Otro ejemplo es cuando una empresa se compromete con un sistema salarial transparente que compensa justamente a todos sus empleados y elimina las brechas salariales de género y raza (Bello, 2022).

Responsabilidad de gobernanza: implica sistematizar la toma de decisiones para lograr sus objetivos organizacionales, incorporando los principios de RS. En el contexto de las empresas, esto implica implementar y practicar la RS como parte esencial de la cultura organizacional, socializando con las partes interesadas, incluyendo la comunidad (socios, administrativos, personal de servicios, clientes), proveedores de bienes y servicios, entre otros. Las autoridades y funcionarios de las empresas deben liderar esta práctica (Campoverde et al., 2023)

2.2.1.2 Principios de la RSC

Figura 1. Principios de la Responsabilidad Social Corporativa



Fuente: Elaboración propia en base a Bello E., 2022.

De acuerdo con la norma ISO 26000, se definen los siguientes principios básicos de la RSC:

Cumplimiento de la legislación: Conocido como el principio de legalidad, este se basa en la obligación de la empresa y todos sus miembros de cumplir con la legislación vigente aplicable (SC21, 2022).

Carácter global y transversal: La norma ISO 26000 establece la necesidad de respetar la normativa internacional de comportamiento en responsabilidad social corporativa, especialmente relevante para empresas con actividades a nivel global. En caso de conflicto entre normas nacionales e internacionales, se debe tomar una decisión que permita el mayor respeto posible a ambas (SC21, 2022).

Transparencia: La normativa exige que las empresas tengan políticas de transparencia, proporcionando a todos los stakeholders la información necesaria sobre las estrategias y resultados de las acciones de responsabilidad social corporativa. Esta información debe ser clara, veraz y presentada en un lenguaje sencillo y accesible (SC21, 2022).

Comportamiento ético: La responsabilidad social corporativa debe ejecutarse de manera ética, basándose en valores de equidad, honestidad e integridad. El objetivo principal de estas estrategias es lograr resultados positivos a nivel social y medioambiental (SC21, 2022).

Respeto a los derechos humanos: Los planes de responsabilidad social corporativa deben respetar y promover los principios de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, asegurando igualdad y libertad para todos. Esto incluye acciones como la implementación de políticas de igualdad en las empresas y la conciliación familiar (SC21, 2022).

2.2.1.3 Ámbitos de la responsabilidad social corporativa

Gobernabilidad: Se refiere a los principios y fundamentos éticos destinados a la toma de decisiones oportunas, asegurando la transparencia tanto interna como externa, y cumpliendo con las normas legales del país. En este ámbito se incluyen el principio del buen comportamiento corporativo, el código de cultura, las políticas de anticorrupción, la transparencia, los valores, la misión y visión, así como las estrategias empresariales (Hernández & Guanolema, 2023).

Medio Ambiente: Se refiere al compromiso con el cuidado ambiental y el desarrollo sustentable mediante políticas y prácticas de gestión ambiental. Esto implica el uso mínimo de recursos naturales y la generación de la menor cantidad posible de residuos. En este ámbito se abarcan el desempeño ambiental, el compromiso ambiental, el impacto ambiental y las prácticas de cuidado ambiental (Hernández & Guanolema, 2023).

Público Interno: Se refiere a las políticas y prácticas relacionadas con la gestión del talento humano, es decir, aspectos de bienestar, lealtad y, sobre todo, productividad. Las características de este ámbito incluyen la calidad del trabajo, la relación familiar, la comunicación, la motivación, los beneficios, la seguridad y las capacitaciones (Hernández & Guanolema, 2023).

Marketing Responsable: Se refiere al conjunto de métodos, acciones y prácticas relacionadas con el mercadeo, incluyendo la comercialización y la publicidad. En este ámbito se consideran la seguridad, la calidad, la información, la comercialización, la distribución y la publicidad (Hernández & Guanolema, 2023).

2.2.2 Cultura organizacional

Según el criterio de (Yopán, Palmero, & Santos, 2020), desde la década de 1970, diversos autores han explorado tanto conceptual como empíricamente la formación y el desarrollo de la cultura organizacional. En la base conceptual de este constructo se integran diversas perspectivas disciplinarias, tales como la Psicología Social, la Antropología, la Sociología, las Ciencias de la Comunicación y la Administración. No obstante, la mayoría de los autores destacan dos enfoques principales: la cultura como una variable de la organización y la organización como una cultura, como se mencionó en la introducción, la primera perspectiva, de naturaleza positivista, considera la cultura como una variable interviniente en la gestión organizacional, que puede medirse y relacionarse con otras variables, segunda perspectiva, de carácter interpretativo-constructivista, concibe la organización como una cultura en sí misma, formada a través de procesos de interacción y significación, haciendo que captar los elementos que la configuran sea una tarea compleja y necesariamente cualitativa.

Mientras que para (Carrillo, Galarza, Aguirre, & Tipán, 2023) la cultura organizacional consiste en un conjunto de valores, comportamientos, costumbres y normas que influyen en el desempeño y en el logro de objetivos, siendo un factor crucial para el éxito en la gestión de cualquier grupo social.

2.2.2.1 Importancia de la cultura organizacional

Según la (UNIR, 2023), existe una estrecha relación entre una cultura organizacional saludable y el rendimiento óptimo de una empresa en términos de ingresos, ventas y posicionamiento, por esta razón, es crucial considerar la cultura organizacional como un factor clave para generar lealtad y compromiso en los trabajadores, lo que justifica la inversión de empresas e instituciones en ella, algunos de los factores más importantes relacionados con un clima organizacional óptimo son:

- Es esencial para generar lealtad y compromiso por parte de los empleados.
- Está vinculada con un mejor rendimiento laboral, mayor satisfacción y mayor compromiso de los empleados.
- Influye en el rendimiento empresarial.
- Proporciona una ventaja competitiva para las organizaciones.
- Actúa como guía para la empresa, orientando su conducta.

- Determina el trato hacia colaboradores, clientes, proveedores y la sociedad en general.

La importancia de la cultura organizacional se mide a través de dos grandes ejes: uno interno, relacionado con el personal, el equipo directivo y el entorno laboral; y otro externo, vinculado con la comunidad donde opera la organización.

2.2.2.2 Características de la cultura organizacional

Figura 2. Características de la cultura organizacional



Fuente: Elaboración propia en base a Rodríguez J., 2016.

Rodríguez (2016), describe las características de la cultura organizacional de la siguiente manera:

Regularidad de los comportamientos observados: Los miembros de la organización, al interactuar entre sí, utilizan un lenguaje, terminología y rituales comunes que reflejan su comportamiento.

Normas: Hay pautas específicas sobre cuándo deben o no deben realizarse ciertas acciones en relación con la forma de trabajar.

Valores dominantes: Son los valores respaldados por la organización y que se espera que sean compartidos por todos, guiando el comportamiento general.

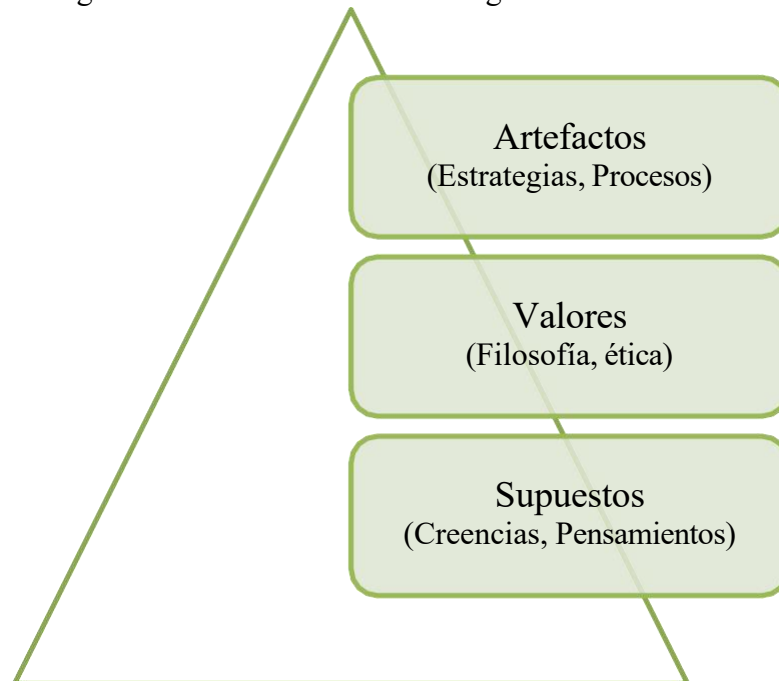
Filosofía: Existen políticas que delinear las creencias de la organización sobre cómo tratar a los empleados y/o clientes.

Reglas: Hay directrices estrictas para mantener la armonía dentro de la organización. Los nuevos empleados deben aprender el funcionamiento interno para ser aceptados.

Ambiente organizacional: Se refiere a la "sensación" general que se percibe a través de la distribución física, las interacciones entre los participantes y la manera en que los miembros de la organización se comportan con los clientes y otros externos.

2.2.2.3 Niveles de la cultura organizacional

Figura 3. Niveles de la cultura organizacional



Fuente: Adaptado de Masaquiza Y., 2022

Según (Rodríguez, 2016), los niveles de la cultura organizacional son:

Supuestos: Son las ideas, pensamientos, sentimientos y creencias sobre el comportamiento de la organización, y se convierten en la fuente principal de los valores.

Valores: Son normas de comportamiento que incluyen estrategias, metas, filosofías y justificaciones que inspiran y promueven los artefactos.

Artefactos: Se refiere a los elementos tangibles que identifican a una organización, tales como las estructuras y procesos organizacionales visibles, la gestión del espacio físico, la capacidad tecnológica, el lenguaje escrito y hablado, la conducta expresada y cualquier tipo de producción.

2.2.2.4 Implementación de una cultura organizacional

Para (Masaquiza, 2022), la implementación de una cultura organizacional se define aspectos tales como:

Contratar personas afines a la cultura: Un empleado que se siente identificado con la organización es más productivo y feliz. Por lo tanto, además de evaluar sus habilidades en el proceso de contratación, es crucial asegurarse de que su perfil sea compatible con los valores de la institución.

Estimular la cooperación: En una organización donde los empleados compiten entre sí, no se enfocan en ser más productivos o en tomar decisiones que beneficien al conjunto. Por lo tanto, es importante evitar el favoritismo y priorizar las necesidades colectivas sobre las individuales.

Congruencia con la misión, visión y principios: Estos aspectos son esenciales porque tienen como objetivo inspirar a los empleados y miembros de la compañía. Tomar decisiones alineadas con estos valores es fundamental, ya que los integrantes de la empresa deben sentir que pertenecen a una organización coherente.

Valorar las opiniones: A veces, las mejores ideas provienen de lugares inesperados. Por ello, cada empleado debe ser escuchado en sus propuestas y necesidades, respetando sus conocimientos y capacidades.

Mejorar los espacios: Un lugar de trabajo agradable es clave para elevar el nivel de motivación y contribuir a un mejor ambiente laboral.

2.2.3 Cooperativa de Ahorro y Crédito de los Andes (Vis Andes)

¿Quiénes son?

Son una institución cooperativista con visión de futuro y gran potencial, que pasó de ser un sueño para convertirse en un objetivo que continúa construyéndose (Vis Andes, 2024).

Transparencia

Creemos que la transparencia es uno de los factores más importantes al entablar relaciones y alianzas con socios o instituciones nacionales y extranjeras (Vis Andes, 2024).

Políticas

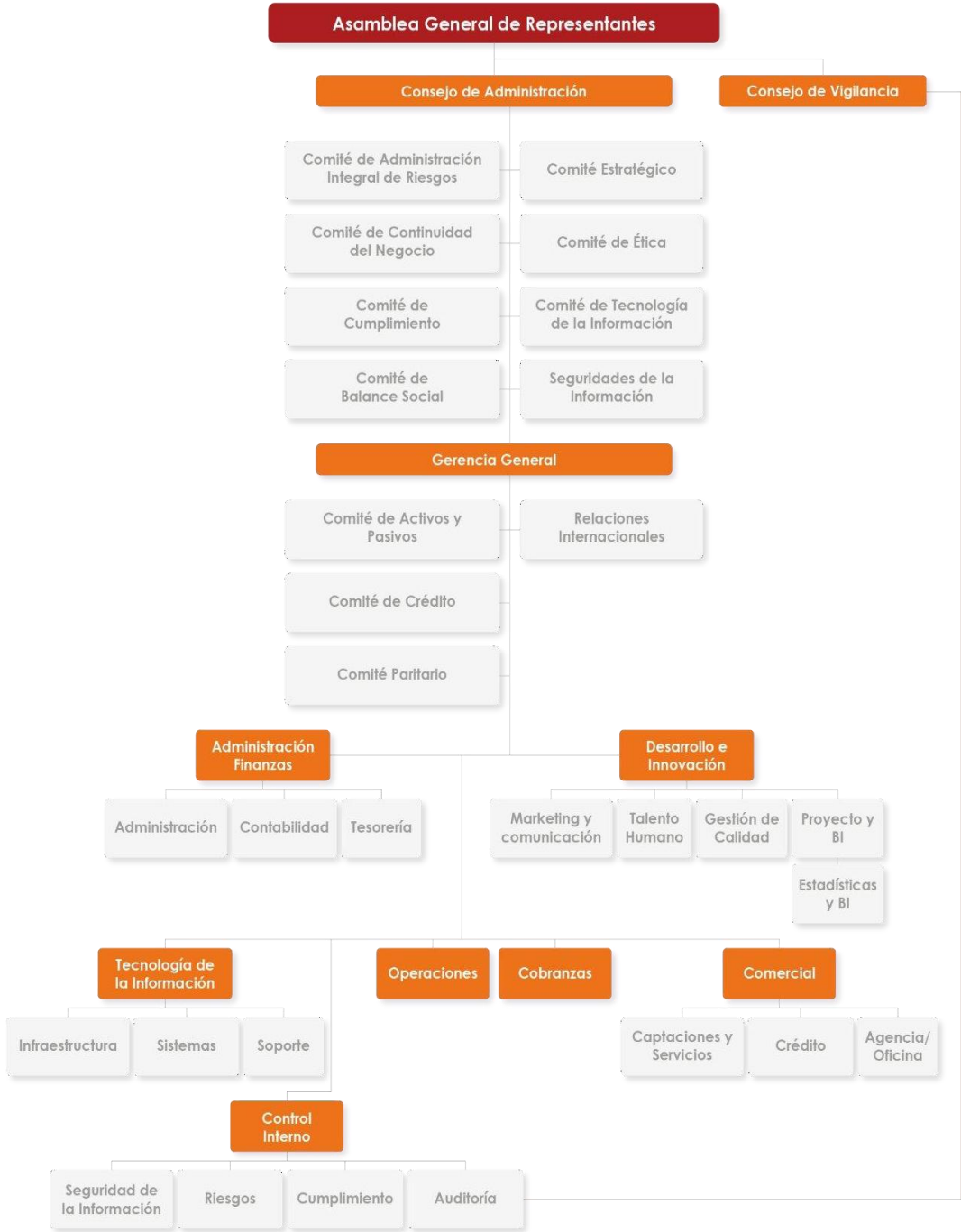
Vis Andes, garantiza la identificación y reconocimiento de los impactos ambientales, sociales externos de los socios que acceden a crédito en la ejecución de sus operaciones, con el fin de establecer las acciones para abordarlos y mitigarlos, respetando las normativas ambientales (Vis Andes, 2024).

Vis Andes, llevará a cabo un programa de sensibilización y capacitación continua al personal de la cooperativa en el Sistema de Administración de Riesgo Ambiental y Social (Vis Andes, 2024).

Vis Andes cuenta con una lista de exclusión de actividades económicas que no será sujetas a financiamiento según lo establece la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (Vis Andes, 2024).

Estructura Organizacional

Figura 4. Estructura organizacional de la COAC Vis Andes



Fuente: Imagen tomada del portal de Vis andes (Vis Andes, 2024).

CAPÍTULO III.

3. METODOLOGIA.

3.1 Método

3.1.1 Hipotético-deductivo

En la siguiente investigación se aplicó el método de Karl Pearson también conocido como hipotético-deductivo el cual ayudó a plantear y comprobar la hipótesis, la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y la Cultura Organizacional (CO) en la Cooperativa Visión de los Andes (Vis Andes). En donde se aplicó el método con las pruebas de correlación, como coeficiente donde fue posible identificar relación entre las variables.

Del mismo modo se encontraron correlaciones significativas, se realizó un análisis de regresión lineal múltiple para examinar la relación. Es un enfoque de investigación que permite identificar factores clave que influyen en la percepción de los empleados sobre la RSC y la CO en la organización. A continuación, la siguiente hipótesis se puso a prueba mediante la recopilación y el análisis de datos y los resultados apoyan o refutan la teoría. (Consultores, 2021).

Pasos del método:

Observación del fenómeno a estudiar: Se realizó un análisis preliminar del contexto de Vis Andes, incluyendo su historia, sus objetivos y sus prácticas en relación con la Responsabilidad Social Corporativa y la Cultura Organizacional. Esta observación inicial permitió identificar las áreas de interés y las problemáticas que se abordarán en la investigación.

Elaboración de Hipótesis: La presente investigación se basó en dos hipótesis, mismas que explican el fenómeno de estudio.

Dedución de consecuencia: Mediante la investigación teórica y los siguientes datos recolectados se corroboró para comprobar las hipótesis implementadas en la Coop. VIS Andes.

Experimentación: Se diseñaron y aplicaron instrumentos de investigación, como encuestas y entrevistas, para recolectar datos que permitan demostrar las hipótesis.

Contrastación: Se evidenciaron los resultados obtenidos con las hipótesis planteadas y se determinó relación significativa entre las variables. Al seguir estos pasos del método

científico, la investigación sobre la RSC y la CO en la Cooperativa Visión de los Andes (Vis Andes) y su impacto en la organización y en su entorno proporcionaron resultados confiables y válidos que pueden ser utilizados para desarrollar estrategias mejorar y promover el crecimiento sostenible de la organización.

3.2 Tipo de Investigación.

3.2.1 Investigación descriptiva

A través de la descripción de las prácticas, políticas y percepciones en torno a la RSC y la CO, se pudo identificar patrones y tendencias relevantes para la organización. La combinación de estos enfoques de investigación permitió abordar de manera integral.

La investigación descriptiva reúne información cuantificable con la finalidad de hacer cuestiones estadísticas de un público objetivo a través de una variedad de análisis de datos recopilados. Este tipo de investigación se basa en preguntas que ayuden a una empresa a definir y medir de forma valiosa el progreso de dicha empresa. (SurveyMonkey, s.f.)

3.2.2 Investigación de campo

Se realizaron visitas a las instalaciones de Vis Andes para observar las prácticas y políticas de RSC y CO en acción (Ritchie et al., 2019). Esta observación directa permitirá obtener perspectivas valiosas sobre cómo se materializan las políticas y prácticas de RSC y CO en la organización.

Para abordar el tema de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y la Cultura Organizacional (CO) en la Cooperativa Visión de los Andes (Vis Andes) y su impacto en la organización y en su entorno, se optará por un diseño de investigación Pearson, combinando distintos tipos y enfoques de investigación (Creswell, JW y Clark, VLP, 2017).

3.3 Técnicas de recolección de datos

3.3.1 Técnica

Para llevar a cabo la investigación sobre la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y la Cultura Organizacional (CO) en la Cooperativa Visión de los Andes (Vis Andes) y su impacto en la organización y en su entorno, se aplicaron encuestas a los empleados y miembros

del directorio de Vis Andes para obtener datos sobre sus percepciones y experiencias en relación con la RSC y la CO en la organización.

3.3.1.1 Encuesta

Se realizó una encuesta a los empleados y socios de la cooperativa Visión de los Andes en la ciudad de Riobamba, la misma se puede evidenciar en el anexo 1.

3.3.2 Instrumento

El instrumento con el que se trabajó fue mediante una encuesta con preguntas que se les realizará a los miembros de la Cooperativa VIS Andes con respecto a la Responsabilidad social y la cultura organizacional en la Cuidad de Riobamba.

Una encuesta es normalmente utilizada como un método de investigación con el fin de poder obtener y estructurar datos de una manera rápida y eficiente. Es la obtención de diversos datos sociológicos mediante el uso de preguntas a los miembros de una sociedad o a una población en general para la obtención de información para sus respectivas investigaciones. (Anguita, 2003)

Se utilizaron preguntas cerradas con opciones de respuesta estructuradas, que permitirán medir variables específicas de interés (Bryman, 2021). Las encuestas se administrarán en línea, utilizando herramientas como Google Forms o SurveyMonkey, para facilitar la recopilación y el procesamiento de los datos. Una vez obtenido los datos se procederá a analizarlos y continuar así con el siguiente paso de esta investigación. Por otra parte, se contribuirá con datos acerca de las percepciones y experiencias en relación con la RSC y la CO.

3.3.2.1 Cuestionario de encuesta

Consta de preguntas abiertas, dicotómicas, estructuradas o semiestructuradas y en la escala de Likert para recolectar datos e información directa, como se evidencia en el anexo 1.

3.4 Población de estudio y tamaño de muestra

3.4.1 Población

La población considerada en la investigación estuvo conformada por los socios y clientes de la Cooperativa Visión de los Andes del año 2023 los cuales fueron 630.

3.4.2 Muestra

La muestra se obtuvo a partir de la fórmula que se detalla a continuación:

Fórmula para obtener la muestra

$$= \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{(Z^2 \cdot p \cdot q) + N \cdot E^2}$$

n= tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza (1,96)

p= variabilidad positiva (0,05)

q= variabilidad negativa (0,05)

N= tamaño de la población (630)

E= error (0,05 = 5%)

$$\begin{aligned} &= \frac{(1.96)^2 \cdot (0.05) \cdot (0.05) \cdot (630)}{(1.96)^2 \cdot (0.05) \cdot (0.05) + (630) \cdot (0.05)^2} \\ &= \frac{12.36}{12.36 + 15.75} \\ &= 0.44 \approx 239 \end{aligned}$$

Por lo tanto, el número de encuestas a realizar es de 239.

3.5 Hipótesis

Estas hipótesis se basaron en la premisa de que la RSC y la CO son factores cruciales para el éxito y la sostenibilidad de las organizaciones en el siglo XXI (Aguinis & Glavas, 2019). La investigación buscó determinar si las prácticas de RSC y la CO en Vis Andes están relacionadas con indicadores específicos de éxito organizacional y bienestar en su entorno, como la satisfacción y el compromiso de los empleados, la reputación de la empresa y su contribución al desarrollo local (Crane, A., 2019)

H_i: La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) incide en la Cultura Organizacional (CO) de la Cooperativa Visión de los Andes (Vis Andes).

H₀: La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) no incide en la Cultura Organizacional (CO) de la Cooperativa Visión de los Andes (Vis Andes).

3.6 Métodos de análisis, y procesamiento de datos.

3.6.1.1 Chi-Cuadrado

Según Hernández et al., (2017) la prueba Chi-cuadrado (χ^2) es una forma de valorar la bondad del ajuste de unos datos a una distribución de probabilidad conocida, en consecuencia, esta prueba fue utilizada para el contraste de las hipótesis en las investigaciones ya que emplea en el análisis de dos o más grupos, y de dos o más variables. Los datos se procesaron en el software estadístico SPSS.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Para la validación de los datos recolectados mediante las encuestas se aplicó la prueba del coeficiente del alfa de Cronbach, ya que este permite medir la fiabilidad de los ítems o reactivos del cuestionario, el valor mínimo aceptable según los autores es de 0,07, a continuación, se muestran los criterios de valoración. (Tuapanta, 2017; Ortega, 2020)

Tabla 1. Criterios de valoración del Alpha de Cronbach

Nivel de Fiabilidad	Valor del Alfa de Cronbach
Excelente	]0.9 a 1]
Muy bueno	]0.7 a 0.9]
Bueno	]0.5 a 0.7]
Regular	]0.3 a 0.5]
Deficiente	[0 a 0.3]

Fuente: Elaboración propia a partir de Tuapanta et al., (2017)

Tabla 2. Alpha de Cronbach ítems de socios

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,787	9

Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C. (2024)

Al aplicar la prueba del Alfa de Cronbach de los ítems para socios se obtuvo un valor de 0,787 mismo que es considerado muy bueno de acuerdo con la escala de valoración expuesta por los autores, por lo tanto, se comprueba la fiabilidad de los reactivos del cuestionario.

Tabla 3. Alpha de Cronbach ítems de empleados

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,726	16

Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C. (2024)

Al aplicar la prueba del Alfa de Cronbach a los ítems de empleados se obtuvo un valor de 0,726 mismo que es considerado muy bueno de acuerdo con la escala de valoración, a partir de ello, se comprueba la fiabilidad de los reactivos del cuestionario y se da paso al análisis de cada pregunta para seguidamente contrastar las hipótesis planteadas.

4.1.1 Análisis e interpretación de datos

4.1.1.1 Resultados de la encuesta a socios

Pregunta 1. ¿Cómo percibe la responsabilidad social corporativa de la cooperativa Visión de los Andes?

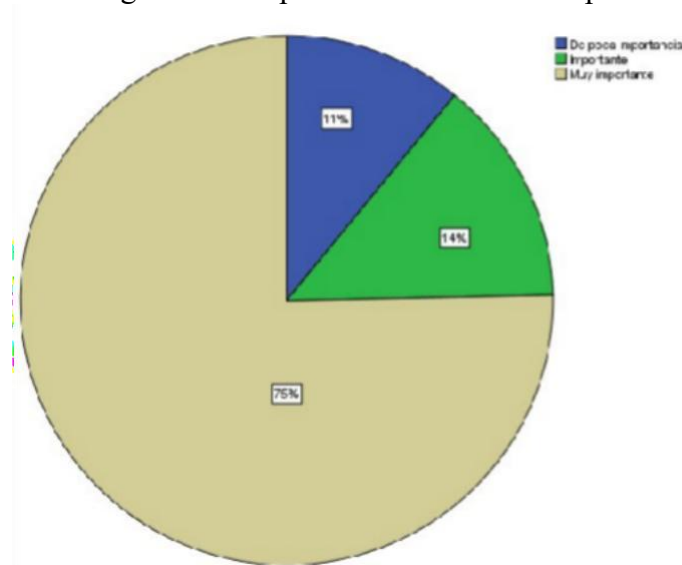
Tabla 4. Responsabilidad Social Corporativa

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
De poca importancia	26	11
Importante	33	14
Muy importante	180	75
Total	239	100

Fuente: Datos procesados en el SPSS

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Figura 5. Responsabilidad Social Corporativa



Fuente: datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Análisis: de acuerdo con los resultados obtenidos el 75% de los encuestados afirman que perciben a la responsabilidad social corporativa de la cooperativa como muy importante, seguido del 14% que percibe como importante, y en un 11% perciben a la responsabilidad social como un tema de poca importancia.

Interpretación: La mayoría de los socios y clientes de la Cooperativa Vis Andes afirman que la responsabilidad social es muy importante dentro de la institución, ya que fomenta credibilidad y confianza mediante estrategias ambientales y compromiso con la sociedad, por otro lado, los que coincidieron que el tema era de poca importancia, se debe a un desconocimiento, índice que puede mejorarse a partir de capacitaciones.

Pregunta 2. ¿Conoce iniciativas específicas de responsabilidad social implementadas por la cooperativa?

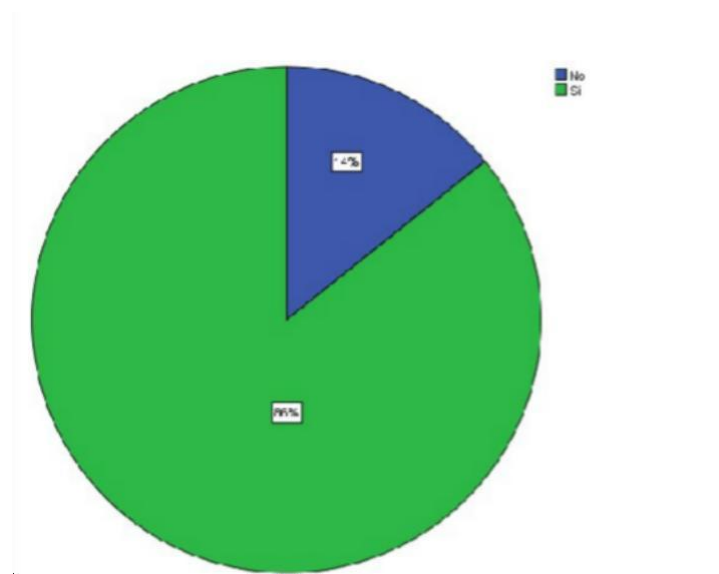
Tabla 5. Iniciativas de RSC implementadas

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
No	34	14
Si	205	86
Total	239	100

Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Figura 6. Iniciativas RCS implementadas



Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Análisis: la mayoría de los encuestados que conforman el 86% afirman conocer las iniciativas de responsabilidad social que ha implementado la cooperativa, mientras el 14% afirma no conocer.

Interpretación: los resultados de la comunicación efectiva que maneja la Cooperativa Vis Andes se reflejan en el 86% de los socios y clientes que conocen las iniciativas de RSC

que maneja esta cooperativa, por otro lado, se debe aplicar otras técnicas de comunicación para lograr que en su totalidad los socios y clientes conozcan información relevante de la cooperativa en el tema de responsabilidad social.

Pregunta 3. ¿Qué tan satisfecho/a estás con los servicios proporcionados por la cooperativa?

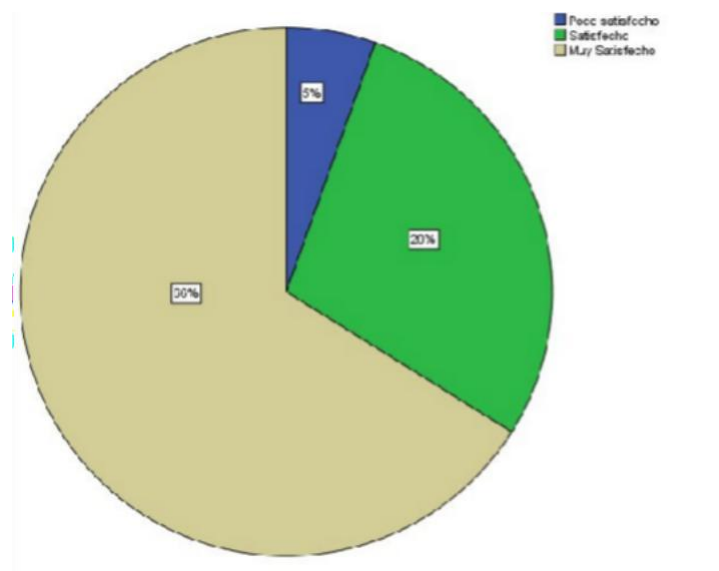
Tabla 6. Satisfacción de los servicios

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Poco satisfecho	13	5
Satisfecho	68	28
Muy Satisfecho	158	66
Total	239	100

Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Figura 7. Satisfacción de los servicios



Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Análisis: De acuerdo con los resultados el 66% afirman estar muy satisfechos con los servicios que brinda la cooperativa, seguido del 28% dicen estar satisfechos y el 5% coinciden en que están poco satisfechos con los servicios de la institución.

Interpretación: la mayor parte de los socios y clientes afirman estar muy satisfechos y satisfechos con todos los servicios que brinda esta cooperativa, mientras que en un pequeño porcentaje afirman estar poco satisfechos lo cual indica que aún existen algunas falencias que le ayuda a la cooperativa a identificar y poder mejorar para mejorar ese indicador.

Pregunta 4. ¿Recomendaría la cooperativa a otras personas?

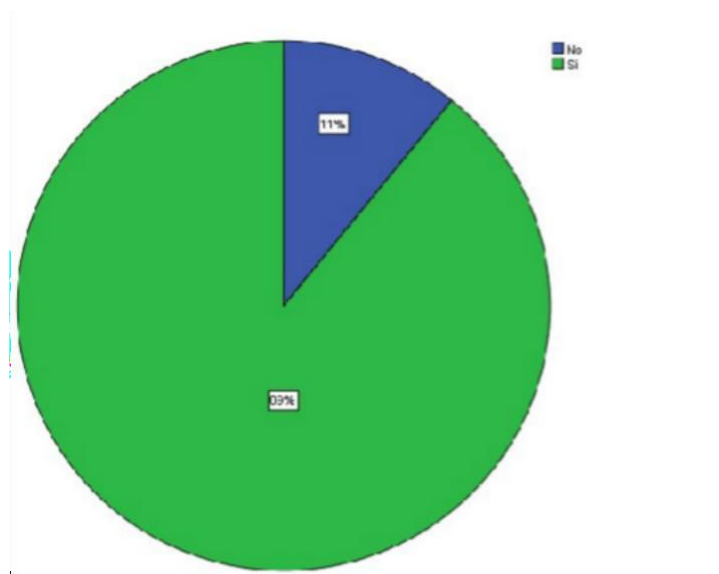
Tabla 7. Recomendación de la cooperativa

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
No	26	11
Si	213	89
Total	239	100

Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Figura 8. Recomendación de la cooperativa



Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Análisis: Según los resultados obtenidos el 89% de los encuestados están dispuestos a recomendar la cooperativa a otras personas, mientras que el 11% no recomendaría a otras personas.

Interpretación: Estos resultados dan a conocer que la cooperativa tiene buenos servicios y beneficios, en consecuencia, a ello los socios y clientes están dispuestos a recomendar esta institución a otras personas para que sean partícipes de los planes de ahorro, inversiones y créditos. Del mismo modo, es importante analizar los motivos por los cuales cierto porcentaje no recomienda esta cooperativa, para mejorar las falencias existentes.

Pregunta 5. ¿Siente que la cooperativa involucra a los clientes en su desarrollo y decisiones?

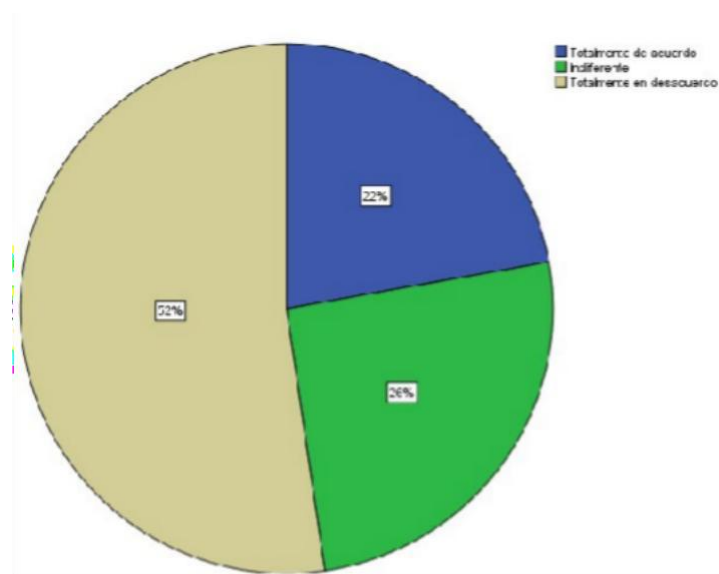
Tabla 8. Participación de los socios/clientes

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	53	22
Indiferente	61	26
Totalmente en desacuerdo	125	52
Total	239	100

Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Figura 9. Participación de los socios/clientes



Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Análisis: De acuerdo con los resultados obtenidos en su mayoría con el 52% de los socios y clientes afirman estar en desacuerdo, mientras que en un 26% es indiferente a la participación en el desarrollo y decisiones de la cooperativa, finalmente con un 22% de los socios y clientes afirman estar totalmente de acuerdo en que la cooperativa les hace parte del desarrollo y toma de decisiones.

Interpretación: Más de la mitad de los socios y clientes no sienten que la cooperativa les involucra en el desarrollo y toma de decisiones, esto indica que se debe buscar otras alternativas para mejorar la participación de los socios en las acciones y proyectos que maneje la institución, a su vez también existen socios que son indiferentes hacia estas iniciativas, mientras que otros dicen estar de acuerdo que la cooperativa si fomenta la participación en las acciones de desarrollo y toma de decisiones.

Pregunta 6. ¿Conoce programas o iniciativas que fomenten la participación de los clientes?

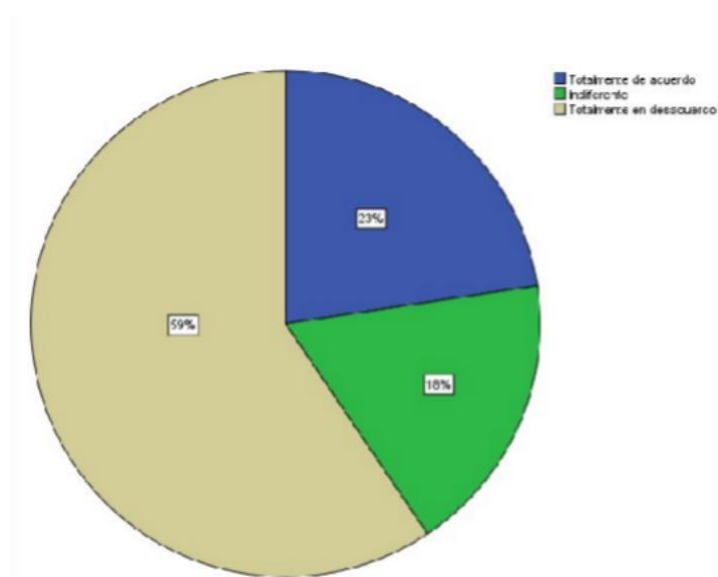
Tabla 9. Programas de participación

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	54	23
Indiferente	43	18
Totalmente en desacuerdo	142	59
Total	239	100

Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Figura 10. Programas de participación



Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Análisis: De acuerdo con los resultados el 59 % afirma que está en desacuerdo y no conoce programas e iniciativas que permita la participación a los socios y clientes, por otro lado, el 23% señalan que están totalmente de acuerdo y conocen los programas e iniciativas de participación y finalmente el 18% restante afirma ser indiferente ante estos temas de participación.

Interpretación: Estos resultados son relativos a la pregunta anterior, ya que más de la mitad de los socios y cliente afirman que no conocen la existencia de programas que la cooperativa tiene en cuanto a fomentar la participación, asimismo hay otros socios y clientes que opinan de manera diferente y dicen estar de acuerdo y conocer programas de la cooperativa que les permite la participación. Estos resultados son claves para que la cooperativa tome acción y fomente más la participación de los socios y clientes.

Pregunta 7. ¿Cómo percibe que los servicios de la cooperativa impactan en su calidad de vida?

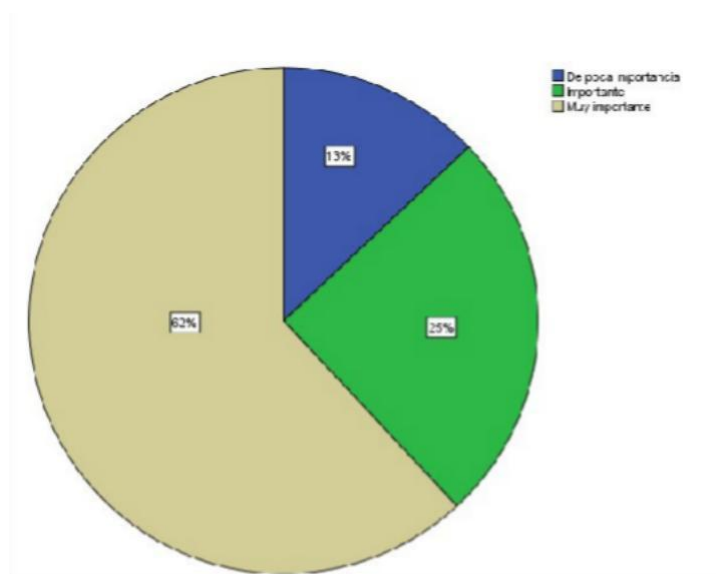
Tabla 10. Impacto en la calidad de vida

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
De poca importancia	31	13
Importante	60	25
Muy importante	148	62
Total	239	100

Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Figura 11. Impacto en la calidad de vida



Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Análisis: El impacto de la cooperativa en la calidad de vida de los socios y clientes considerado como muy importante alcanza un porcentaje del 62%, seguido del 25% que consideran como importante y el 13% considera el impacto de la cooperativa en la calidad de vida es de poca importancia.

Interpretación: la mayoría de los socios y clientes consideran que su calidad de vida ha cambiado gracias a la cooperativa, lo que indica que la cooperativa impacta de manera positiva con todos los servicios que ofrece, asimismo hay un bajo porcentaje de socios y clientes que dicen que el impacto de la cooperativa en sus vidas no ha sido muy relevante, por lo que consideran como de poca importancia, esto motiva a la cooperativa a implementar nuevos planes y estrategias para ser un referente en la ciudad de Riobamba.

Pregunta 8. ¿Hay aspectos específicos en los servicios que mejorarían su experiencia?

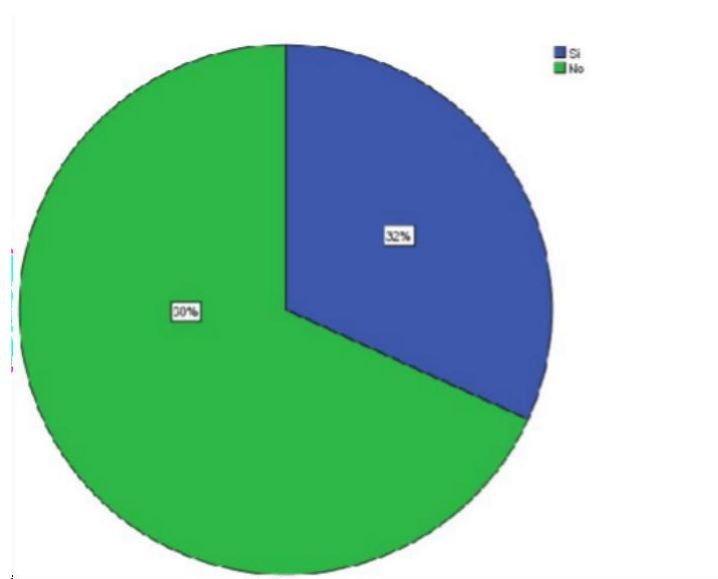
Tabla 11. Servicios para mejorar la experiencia

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	76	31
No	163	68
Total	239	100

Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Figura 12. Servicios para mejorar la experiencia



Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Análisis: El 68% de los encuestados afirman que han tenido una buena experiencia por ello señalan que no existen aspectos específicos para mejorar la experiencia. Por otro lado el 32% dice que si existen aspectos específicos que pueden hacer que la experiencia en la cooperativa sea mejor.

Interpretación: La mayoría afirma que han tenido una buena experiencia en la cooperativa, por otro lado, otros socios y clientes afirman que hay aspectos que la cooperativa debe tener en cuenta para mejorar la experiencia, esto permite que la misma identifique cuáles son aquellos aspectos que se deben mejorar o implementar para brindar una experiencia de calidad en el servicio.

Pregunta 9. ¿La cooperativa brinda opciones sostenibles y amigables con el medio ambiente?

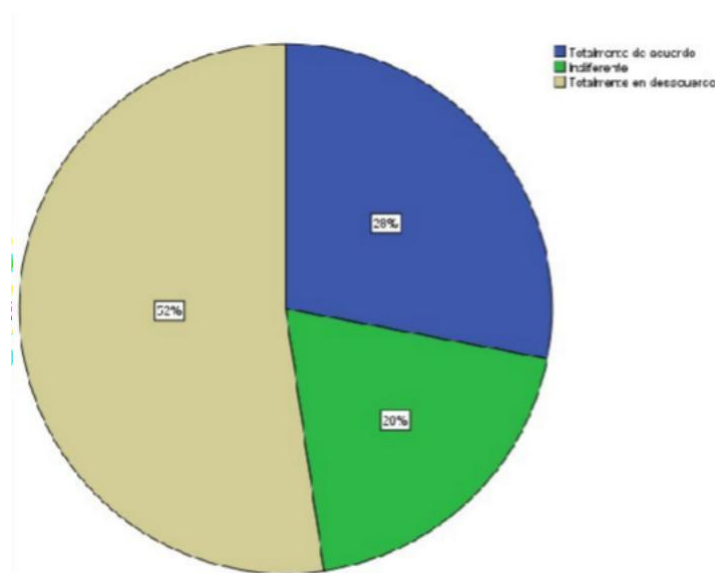
Tabla 12. Opciones sostenibles con el ambiente

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	67	28,0
Indiferente	47	19,7
Totalmente en desacuerdo	125	52,3
Total	239	100,0

Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Figura 13. Opciones sostenibles con el ambiente



Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Análisis: Con un valor del 52% los encuestados afirman que la cooperativa no brinda opciones sostenibles y amigables con el medio ambiente por ello están totalmente en desacuerdo, por otro lado, el 28% contradice al porcentaje anterior, ya que ellos están en total acuerdo que la cooperativa brinda opciones sostenibles y amigables con el medio ambiente, así mismo el 20% es indiferente en este tema.

Interpretación: Si bien en cierto la mayoría está en desacuerdo, por ello, la cooperativa debe enfocarse en brindar iniciativas y proyectos que están dentro de los principios de responsabilidad social empresarial, además de ser una gran estrategia para la institución, estas permiten crear conciencia ambiental y social entre los socios y miembros de esta, de igual modo es un llamado a seguir mejorando en estos aspectos para marcar la diferencia en el sector cooperativo.

4.1.1.2 Resultados de encuesta a empleados

Pregunta 1. ¿Crees que el liderazgo que se maneja en la cooperativa es efectivo?

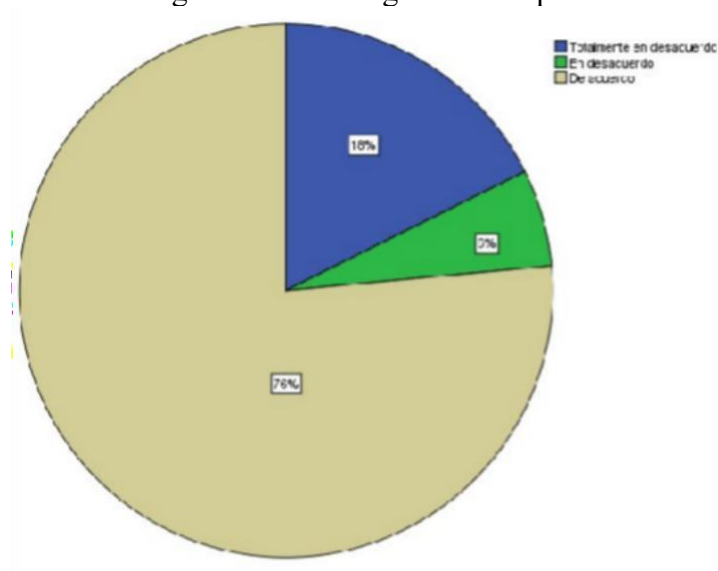
Tabla 13. Liderazgo en la cooperativa

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	18
En desacuerdo	1	6
De acuerdo	13	76
Total	17	100,0

Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Figura 14. Liderazgo en la cooperativa



Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Análisis: Según los resultados obtenidos el 76% de los empleados afirman que el liderazgo de la COAC Vis Andes es efectivo, por otro lado, el 18% de los empleados están totalmente en desacuerdo, seguido por un porcentaje menor del 6% que dicen estar en desacuerdo con el liderazgo de esta.

Interpretación: A raíz de estos resultados la mayoría ha afirmado que el liderazgo es efectivo, pero es importante poner énfasis en los porcentajes en desacuerdo, ya que permiten identificar puntos clave que son indispensables mejorar internamente en la COAC Vis Andes para tener un liderazgo más efectivo.

Pregunta 2. ¿En tu opinión, las condiciones laborales actuales de la cooperativa son adecuadas para garantizar un ambiente de trabajo positivo y eficiente?

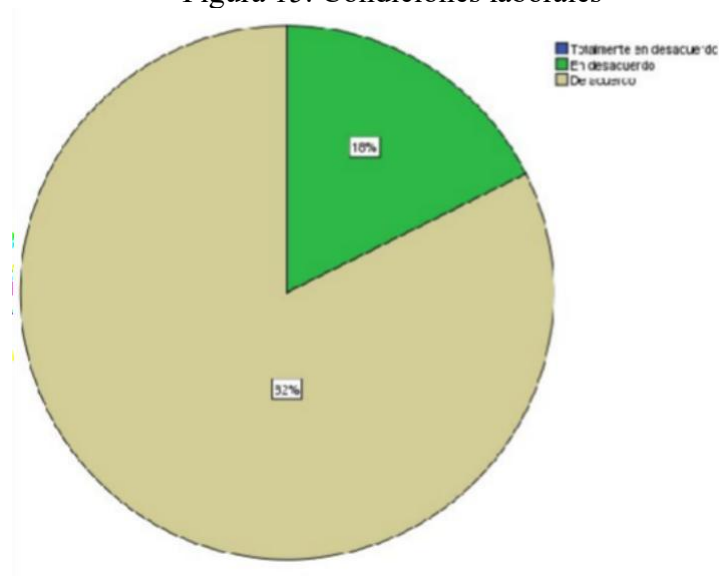
Tabla 14. Condiciones laborales

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	3	18
De acuerdo	14	82
Total	17	100,0

Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Figura 15. Condiciones laborales



Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Análisis: En un 82% los empleados encuestados coinciden que las condiciones laborales actuales son las adecuadas lo cual es relativo al buen ambiente de trabajo, en cambio el 18% están en desacuerdo con las condiciones actuales del trabajo.

Interpretación: Se puede comprobar que actualmente la cooperativa maneja un buen clima laboral en base a las encuestas, por el contrario, el porcentaje en desacuerdo se debe considerar mediante una encuesta interna para identificar cuáles son los factores que aquellos trabajadores mencionan que afectan para que exista un ambiente laboral positivo y eficiente.

Pregunta 3. ¿Cómo evalúas la eficacia del enfoque de la cooperativa para identificar, analizar y resolver problemas?

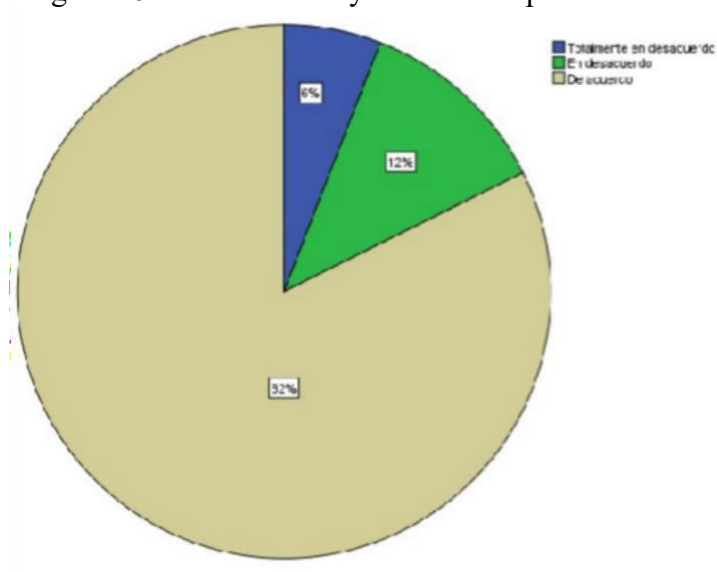
Tabla 15. Identificación y solución de problemas

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	6
En desacuerdo	2	12
De acuerdo	14	82
Total	17	100,0

Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Figura 16. Identificación y solución de problemas



Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Análisis: Con un porcentaje del 82% la mayoría de los empleados están de acuerdo con la eficacia de la cooperativa en cuanto a la identificación y resolución de problemas, el 12 % está en desacuerdo, mientras que el 6% está totalmente en desacuerdo.

Interpretación: Teniendo en cuenta que la mayoría de los empleados están de acuerdo con el enfoque que maneja la cooperativa para identificar y resolución de problemas también es importante que estos enfoques sean totalmente flexibles y actualizados para dar soluciones más rápidas, por lo tanto, se incentiva a la innovación en la cooperativa para dar una respuesta eficaz en la resolución de problemas.

Pregunta 4. ¿Consideras que las prácticas de gestión del cambio en Vis Andes facilitan una transición efectiva en el entorno laboral?

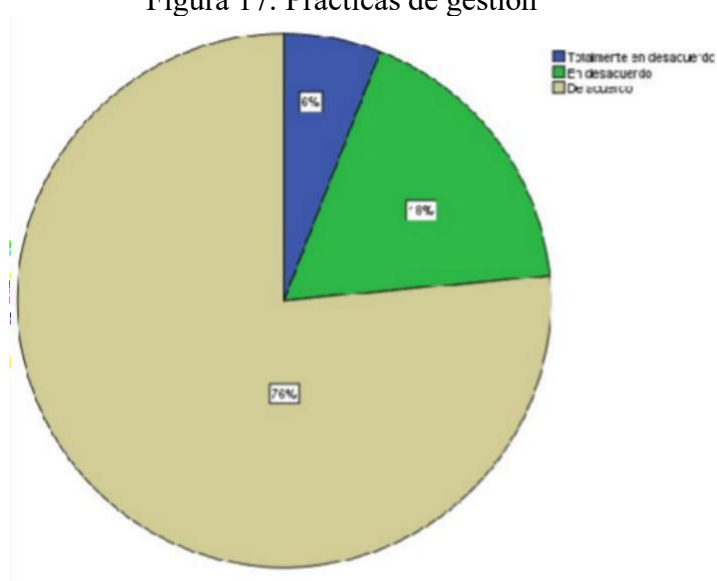
Tabla 16. Prácticas de gestión

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	6
En desacuerdo	3	18
De acuerdo	13	76
Total	17	100,0

Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Figura 17. Prácticas de gestión



Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Análisis: De acuerdo con los resultados obtenidos el 76% están de acuerdo con las prácticas de gestión de cambio y que las mismas facilitan la transición efectiva en el entorno laboral, el 16% menciona estar en desacuerdo y el 6% está totalmente en desacuerdo con relación a la mayoría.

Interpretación: Las prácticas de gestión de cambio que maneja la cooperativa han sido efectivas lo cual se refleja en la respuesta de los empleados, del mismo modo, es fundamental mejorar estas técnicas aplicadas para mejorar el ambiente laboral para que los empleados sean más productivos en el ejercicio de sus funciones.

Pregunta 5. ¿Cómo percibes el ambiente de trabajo en la cooperativa?

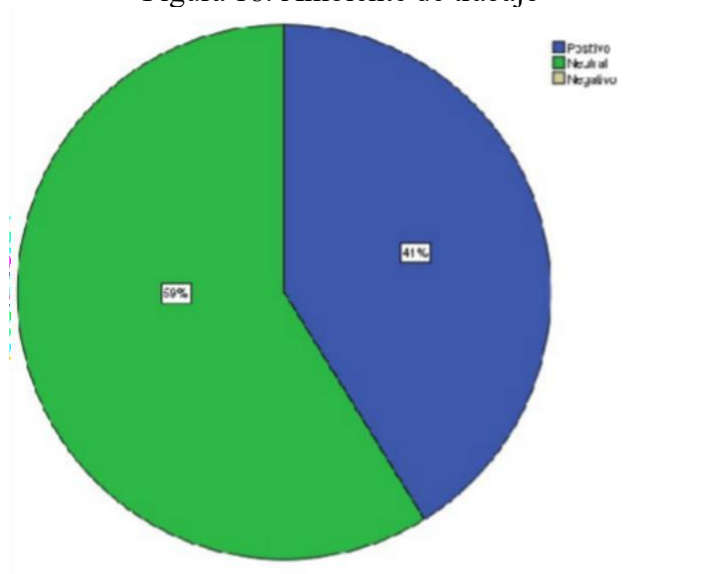
Tabla 17. Ambiente de trabajo

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Positivo	7	41
Neutral	10	59
Total	17	100,0

Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Figura 18. Ambiente de trabajo



Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Análisis: El 59% de los empleados afirman que perciben el ambiente de trabajo de manera neutral, mientras que el 41% afirma tener un ambiente de trabajo positivo.

Interpretación: El ambiente de trabajo es relativo a las preguntas anteriores por ello se recomienda que se deben mejorar las condiciones laborales, lo cual puede ser mediante capacitaciones, motivación al personal y equidad participativa, para que los empleados puedan percibir un ambiente laboral positivo.

Pregunta 6. ¿Cómo evalúas la claridad y apertura en la comunicación de la cooperativa?

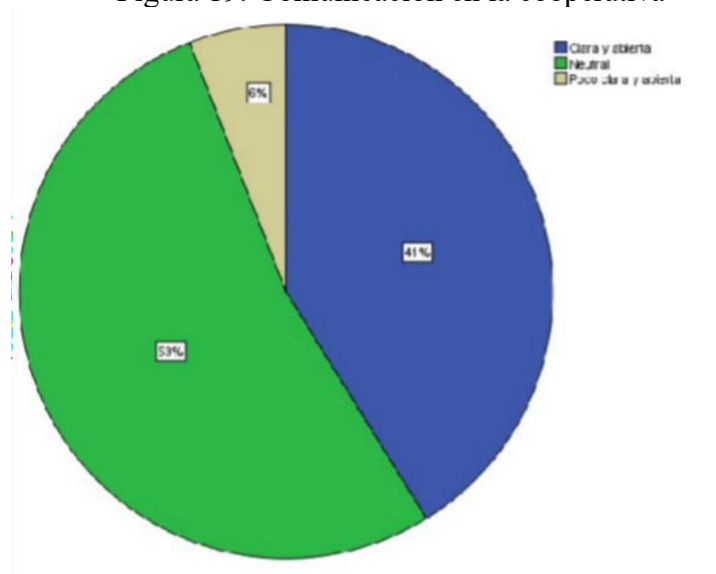
Tabla 18. Comunicación en la cooperativa

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Clara y abierta	7	41
Neutral	9	53
Poco clara y abierta	1	6
Total	17	100,0

Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Figura 19. Comunicación en la cooperativa



Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Análisis: Con el 53% los empleados coinciden que la comunicación es neutral, seguido por el 41% que evalúan a la comunicación como clara y abierta y solo en un 6% afirman que la comunicación es clara y abierta.

Interpretación: De acuerdo con el criterio de los empleados, las técnicas de comunicación que está aplicando la cooperativa en estudio deben ser mejoradas, para tener mayor eficiencia y calidad en el manejo de la información.

Pregunta 7. ¿Cómo describirías la estructura jerárquica en la cooperativa?

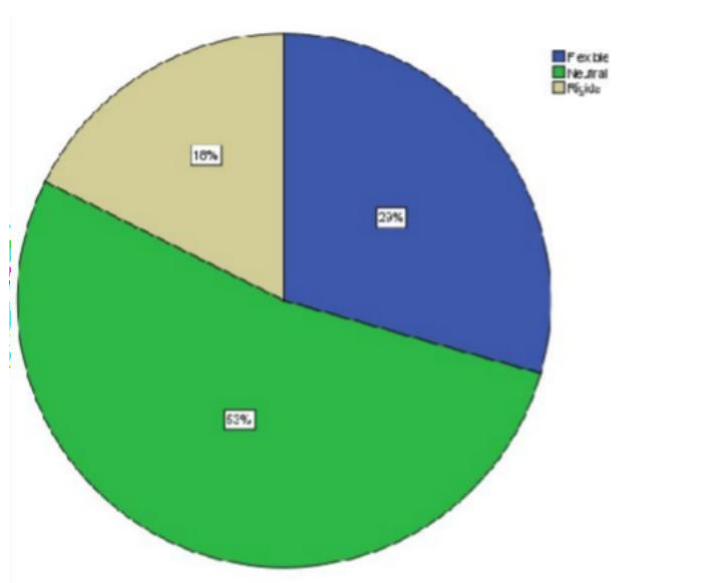
Tabla 19. Estructura jerárquica

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Flexible	5	29
Neutral	9	53
Rígida	3	18
Total	17	100,0

Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Figura 20. Estructura jerárquica



Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Análisis: Con el 53% la estructura jerárquica es percibida por los empleados como neutral, con el 29% como flexible y el 18% como rígida.

Interpretación: Al tener una estructura jerárquica neutral en la cooperativa quiere decir que esto ralentizar los procesos internos, dificultando la ejecución de tareas diarias de los empleados y en consecuencia tienden a crearse cuellos de botella, lo que se puede transformar en una debilidad empresarial, por ello la cooperativa debe prestar atención a estos resultados.

Pregunta 8. ¿Sientes que la cooperativa promueve compromisos éticos?

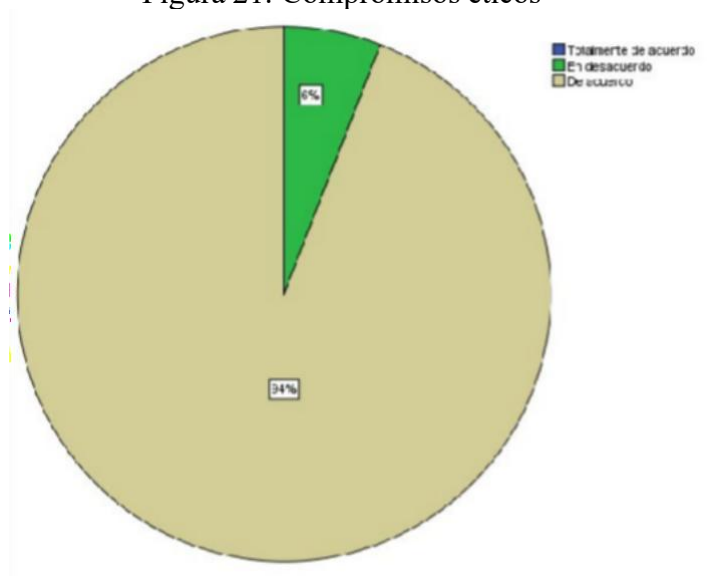
Tabla 20. Compromisos éticos

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	1	6
De acuerdo	16	94
Total	17	100,0

Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Figura 21. Compromisos éticos



Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Análisis: Con el 94% los empleados afirman que están de acuerdo que la cooperativa promueve compromiso éticos en el trabajo y en un porcentaje mínimo del 6% dicen estar totalmente en desacuerdo con estos compromisos.

Interpretación: Es decir que la cooperativa maneja buenas prácticas y compromiso éticos con el personal, mediante normas y reglas establecidas, lo cual se ve reflejado en la productividad, acogida y confianza de los socios y clientes de esta.

Pregunta 9. ¿Cómo valoras el equilibrio entre los aspectos sociales y económicos?

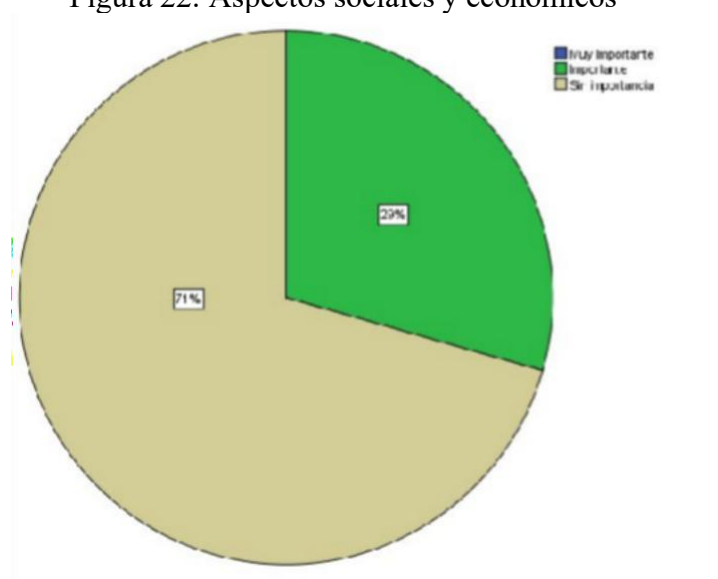
Tabla 21. Aspectos sociales y económicos

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Importante	5	29
Sin importancia	12	71
Total	17	100,0

Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Figura 22. Aspectos sociales y económicos



Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Análisis: Con el 29% el equilibrio en los aspectos sociales y económicos de la cooperativa son valorados como muy importante mientras que alcanzando el 71% los empleados marcan a este aspecto como sin importancia.

Interpretación: El porcentaje más alto obtenido se debe a varios factores, puede ser por desconocimiento de los empleados hacia este enfoque de la cooperativa ya que no todos están involucrados en las actividades fundamentales de esta, pero también se debe considerar para mantener una buena comunicación y participación de todo el personal en estas actividades sociales con el fin de reforzar el vínculo entre los clientes.

Pregunta 10. ¿Cómo percibes el impulso al desarrollo y la participación de los empleados en la cooperativa?

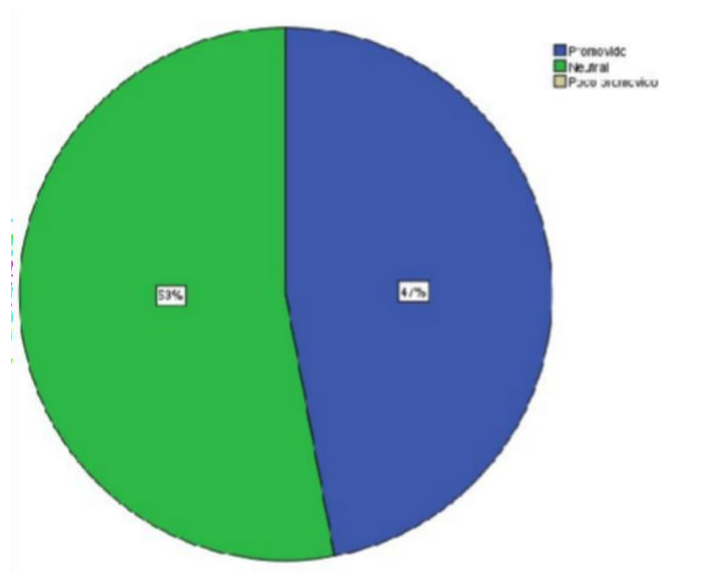
Tabla 22. Desarrollo y participación de los empleados

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Promovido	8	47
Neutral	9	53
Total	17	100,0

Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Figura 23. Desarrollo y participación de los empleados



Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Análisis: La opción neutral alcanza el 53% es decir que los empleados afirman que el desarrollo y participación en la cooperativa no es relevante ni irrelevante, por otro la el 47% dicen que la cooperativa si promueve el desarrollo y participación en las actividades que se realizan.

Interpretación: Impulsar el desarrollo y participación de los empleados en toda empresa es fundamental para alcanzar los objetivos planteados, por ello la cooperativa debe trabajar en incentivar al desarrollo cooperativo entre los empleados para de esta manera tener un equilibrio entre desarrollo, participación y productividad, índices importantes dentro de la institución.

Pregunta 11. ¿Consideras que la evaluación del desempeño en la cooperativa es beneficiosa o contribuye al desarrollo profesional de los empleados?

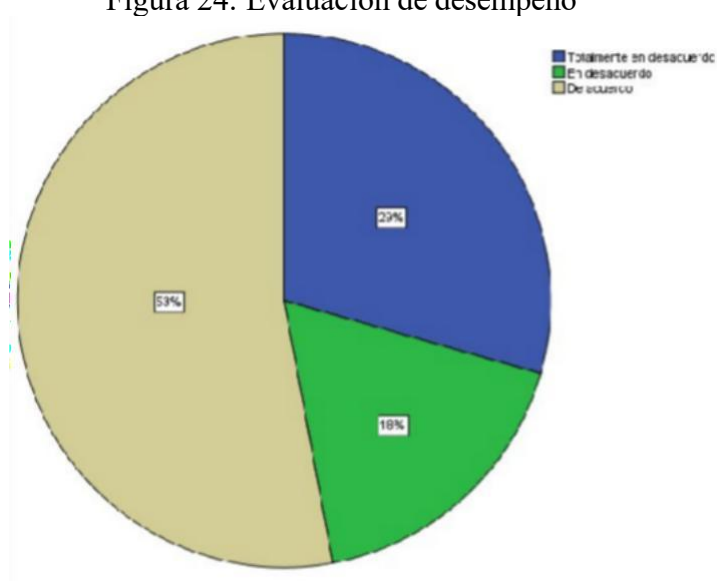
Tabla 23. Evaluación de desempeño

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	5	29
En desacuerdo	3	18
De acuerdo	9	53
Total	17	100,0

Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Figura 24. Evaluación de desempeño



Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Análisis: El 53% de los empleados coinciden que la evaluación de desempeño contribuye al desarrollo profesional de los empleados, el 18% están en desacuerdo y el 29% están totalmente en desacuerdo.

Interpretación: La evaluación de desempeño permite medir la capacidad de cada empleado en el cargo que realiza y a partir de los resultados obtenidos por esta, corregir las falencias, capacitar, aplicar nuevas metodologías en el desarrollo del talento humano para de esta manera alcanzar los objetivos definidos por los líderes de la cooperativa, por ello se debe tomar en cuenta estos porcentajes al momento de aplicar una evaluación de desempeño.

Pregunta 12. ¿Consideras que la cooperativa contribuye al desarrollo sostenible a través del empleo?

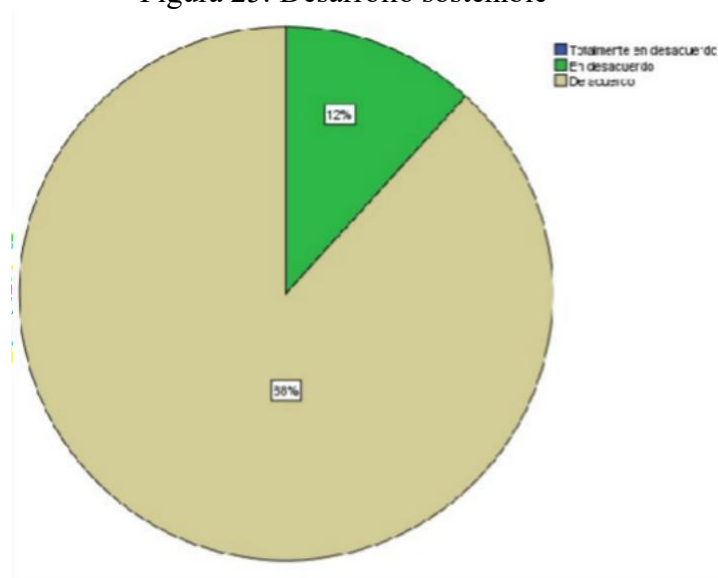
Tabla 24. Desarrollo sostenible

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	2	12
De acuerdo	15	88
Total	17	100,0

Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Figura 25. Desarrollo sostenible



Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Análisis: El 88% de los empleados responde que están de acuerdo en que la cooperativa contribuye al desarrollo mediante el empleo, mientras que el 12% está en desacuerdo con esta afirmación.

Interpretación: La cooperativa contribuye al desarrollo sostenible mediante un empleo digno a los trabajadores, así como oportunidades equitativas e inclusivas como manifiesta en los principios de cultura organizacional, pero también se recomienda considerar el porcentaje en desacuerdo para incrementar nuevos modelos laborables y que estos sean flexibles y que permitan alcanzar mejores resultados.

Pregunta 13. ¿Cómo experimentas el impacto de tu trabajo en la cooperativa en tu calidad de vida?

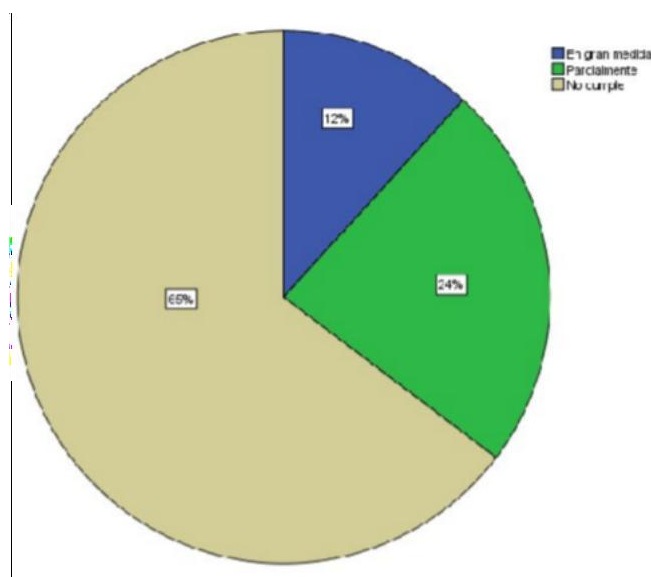
Tabla 25. Impacto del trabajo en la calidad de vida

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
En gran medida	2	12
Parcialmente	4	24
No cumple	11	65
Total	17	100,0

Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Figura 26. Impacto del trabajo en la calidad de vida



Fuente: Datos procesados en el SPSS.
Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Datos SPSS.
por: Tacuri,

Análisis: Con un 66% los empleados coinciden que su trabajo en la cooperativa no impacta en la calidad de vida, por otro lado, el 24% afirma que el trabajo impacta parcialmente en la calidad de vida y finalmente con un 12% dice que el trabajo en la cooperativa ha impactado en gran medida para mejorar la calidad de vida.

Interpretación: La cooperativa debe considerar estos porcentajes, para identificar, evaluar y dar soluciones a los factores que no permiten a la mayoría de los empleados mejorar su calidad de vida.

Pregunta 14. ¿Cómo percibe la responsabilidad social corporativa de la cooperativa Visión de los Andes?

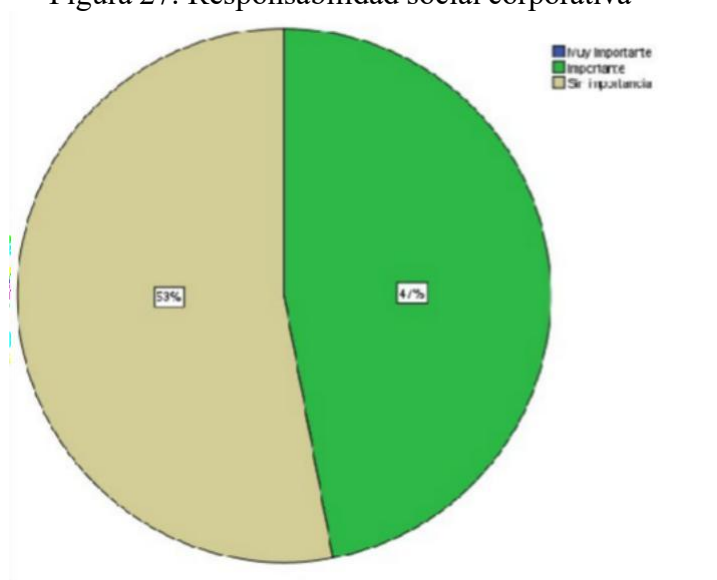
Tabla 26. Responsabilidad social corporativa

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Importante	8	47
Sin importancia	9	53
Total	17	100,0

Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Figura 27. Responsabilidad social corporativa



Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Análisis: El 47% de los encuestados perciben a la responsabilidad social corporativa de la COAC Vis Andes como importante, mientras que el 53% lo describe como sin importancia.

Interpretación: A pesar de las iniciativas de cooperativa, la responsabilidad social sigue siendo un reto en la actualidad, por ende, se debe mejorar el sistema interno y principios de los empleados mediante capacitaciones para que estos puedan a más de conocer sobre la responsabilidad social, aplicarlas dentro y fuera de la cooperativa.

Pregunta 15. Se siente alineado/a con los valores y principios éticos de la cooperativa?

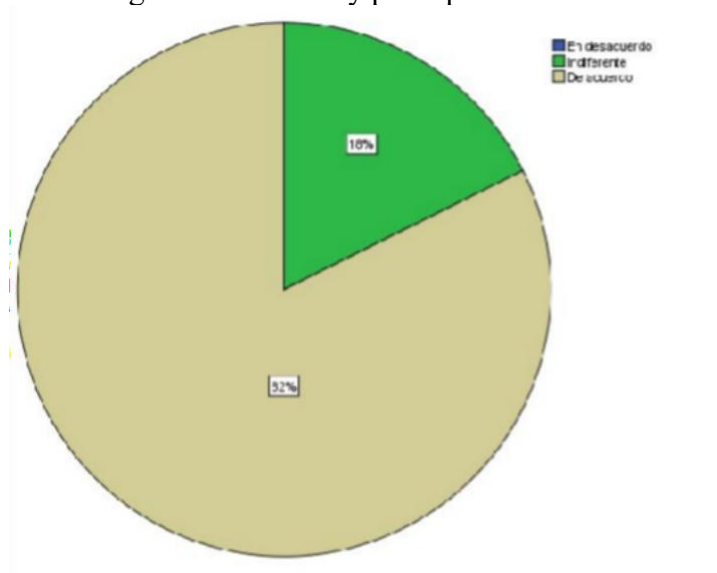
Tabla 27. Valores y principios éticos

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Indiferente	3	18
De acuerdo	14	82
Total	17	100,0

Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Figura 28. Valores y principios éticos



Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Análisis: El 82% de los empleados de cooperativa afirma sentirse de acuerdo con los valores y principios éticos que plantea la cooperativa mientras que el 18% son indiferentes en este ámbito.

Interpretación: La mayoría de los empleados ponen en práctica los valores y principios éticos, lo que se refleja en el buen ambiente laboral y la productividad en sus actividades diarias, asimismo la cooperativa debe aplicar medidas para corregir el porcentaje de indiferencia de los empleados a la hora de ser parte y cumplir con los valores y principios de la cooperativa.

Pregunta 16. ¿Te sientes asegurado/a y respaldado/a en tu posición laboral?

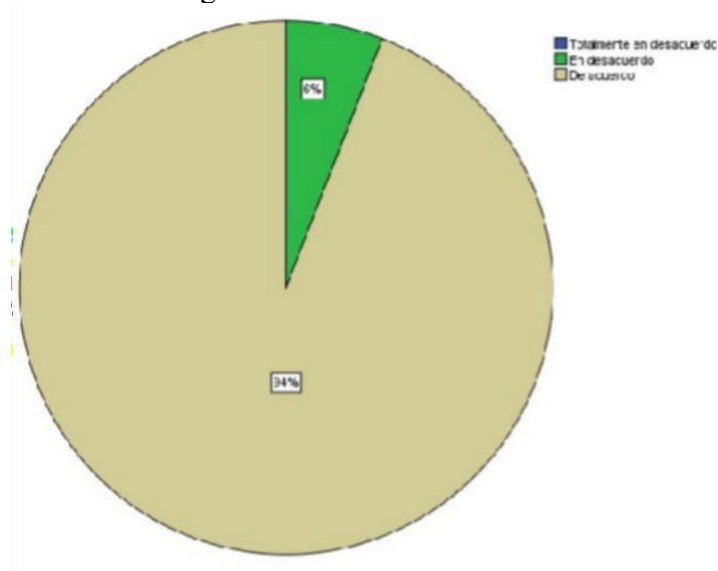
Tabla 28. Posición laboral

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	1	6
De acuerdo	16	94
Total	17	100,0

Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Figura 29. Posición laboral



Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Análisis: Con un porcentaje del 94% los empleados se sienten seguros y respaldados por la cooperativa, mientras que el 6% están en desacuerdo.

Interpretación: La cooperativa asegura a sus empleados y mediante un contrato de trabajo tienen todo el respaldo legal. A partir de ello se debe implementar otras medidas de apoyo y respaldo para los empleados y que estos se puedan sentirse tranquilos en el lugar de trabajo.

4.1.2 Comprobación de las hipótesis

Una vez revisado los resultados de las encuestas se procede a realizar la prueba del chi cuadrado, para ello se ha considerado los ítems más relevantes que identifican a las variables, la variable independiente Responsabilidad Social Corporativa está representada por RSC1 y la variable independiente Cultura organizacional está representada por DP1, de acuerdo con la

correspondencia de ítems que se encuentra en el anexo 4, a continuación se expone la tabla de contingencia entre las variables de estudio.

Tabla 29. Tabla de contingencia DP1 * RSC1

			Responsabilidad Social Corporativa de la Cooperativa Visión de los Andes			Total
			De poca importancia	Importante	Muy importante	
Participación de socios y clientes en el desarrollo y decisiones de la cooperativa.	Totalmente de acuerdo	Recuento	11	11	31	53
		Frecuencia esperada	5,8	7,3	39,9	53,0
		% del total	4,6%	4,6%	13,0%	22,2%
	Indiferente	Recuento	6	11	44	61
		Frecuencia esperada	6,6	8,4	45,9	61,0
		% del total	2,5%	4,6%	18,4%	25,5%
	Totalmente en desacuerdo	Recuento	9	11	105	125
		Frecuencia esperada	13,6	17,3	94,1	125,0
		% del total	3,8%	4,6%	43,9%	52,3%
	Total	Recuento	26	33	180	239
		Frecuencia esperada	26,0	33,0	180,0	239,0
		% del total	10,9%	13,8%	75,3%	100,0%

Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

En la tabla de contingencia se puede observar la frecuencia observada misma que viene a ser el recuento entre las variables, asimismo la frecuencia esperada se visualiza con facilidad, estos dos requisitos son indispensables para el cálculo del chi cuadrado, que se encuentra a continuación.

Para el cálculo del Chi-Cuadrado se empleó la fórmula:

$$= \sum \frac{(L - L_e)^2}{L_e}$$

Donde:

X²= Chi-Cuadrado

Σ= Sumatoria

Fo= Frecuencia Observada

Fe= frecuencia Esperada

Los datos utilizados fueron procesados por el SPSS, este software calcula con mayor facilidad y aplica la fórmula de chi cuadrado de manera automática, asimismo permite calcular otros indicadores al mismo tiempo para comprobar la asociatividad entre las variables de estudio.

Tabla 30. Prueba del chi cuadrado

	Valor	Gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	14,605 ^a	4	,006	,005
Razón de verosimilitudes	13,952	4	,007	,009
Estadístico exacto de Fisher	14,221			,006
Asociación lineal por lineal	12,500 ^b	1	,000	,000
N de casos válidos	239			

a. 0 casillas (0,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 5,77.

b. El estadístico tipificado es 3,536.

Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Según el criterio de López y Fachelli (2015) y Chiroque (2019) se considera la asociatividad de variables cuando el p_valor es menor a 0,05, al igual cuando no existen casillas menores a 5. Tomando en cuenta el criterio de estos autores se puede evidenciar en la tabla que el chi cuadrado tiene un p_valor o significancia de 0,006, lo cual indica que, si existe asociatividad entre las variables, en consecuencia, se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la nula.

Tabla 31. Distribución del chi cuadrado

TABLA 3-Distribución Chi Cuadrado χ^2

P = Probabilidad de encontrar un valor mayor o igual que el chi cuadrado tabulado, v = Grados de Libertad

v/p	0,001	0,0025	0,005	0,01	0,025	0,05	0,1	0,15	0,2	0,25	0,3	0,35	0,4	0,45	0,5
1	10,8274	9,1404	7,8794	6,6349	5,0239	3,8415	2,7055	2,0722	1,6424	1,3233	1,0742	0,8735	0,7083	0,5797	0,4549
2	13,8150	11,9827	10,5965	9,2104	7,3778	5,9915	4,6052	3,7942	3,1899	2,7726	2,4079	2,0996	1,8326	1,5970	1,3863
3	16,2660	14,3202	12,8381	11,3449	9,3484	7,8147	6,2514	5,3170	4,6416	4,1083	3,6649	3,2831	2,9462	2,6430	2,3660
4	18,4662	16,4225	14,8602	13,2767	11,1433	9,4877	7,7794	6,7419	5,9886	5,3853	4,8784	4,4377	4,0446	3,6871	3,3567
5	20,5147	18,3854	16,7496	15,0863	12,8325	11,0705	9,2363	8,1152	7,2893	6,6257	6,0644	5,5731	5,1319	4,7278	4,3515
6	22,4575	20,2491	18,5475	16,8119	14,4494	12,5916	10,6446	9,4451	8,5581	7,8408	7,2311	6,6948	6,2108	5,7632	5,3481
7	24,3213	22,0402	20,2777	18,4753	16,0128	14,0671	12,0170	10,7479	9,8032	9,0371	8,3834	7,8061	7,2832	6,8090	6,3458
8	26,1239	23,7742	21,9549	20,0902	17,5345	15,5073	13,3616	12,0271	11,3301	10,2189	9,5245	8,9094	8,3505	7,8325	7,3441
9	27,8767	25,4625	23,5893	21,6660	19,0228	16,9190	14,6837	13,2880	12,2421	11,3887	10,6364	10,0060	9,4136	8,8632	8,3428
10	29,5879	27,1119	25,1881	23,2093	20,4832	18,3070	15,9872	14,5339	13,4420	12,5489	11,7807	11,0971	10,4732	9,8922	9,3418
11	31,2635	28,7291	26,7569	24,7250	21,9200	19,6752	17,2750	15,7671	14,5314	13,7007	12,8987	12,1836	11,5298	10,9199	10,3410
12	32,9062	30,3182	28,2997	26,2170	23,3367	21,0261	18,5493	16,9893	15,8120	14,8454	14,0111	13,2661	12,5838	11,9463	11,3403
13	34,5274	31,8830	29,8193	27,6882	24,7356	22,3620	19,8119	18,2020	16,9848	15,9839	15,1187	14,3451	13,6356	12,9717	12,3398
14	36,1239	33,4262	31,3194	29,1412	26,1189	23,6848	21,0641	19,4062	18,1508	17,1169	16,2221	15,4209	14,6853	13,9961	13,3393
15	37,6978	34,9494	32,8015	30,5780	27,4884	24,9958	22,3071	20,6030	19,3107	18,2451	17,3217	16,4940	15,7332	15,0197	14,3389
16	39,2518	36,4555	34,2671	31,9999	28,8453	26,2962	23,5418	21,7931	20,1651	19,3689	18,4179	17,5646	16,7795	16,0425	15,3385
17	40,7911	37,9462	35,7184	33,4087	30,1910	27,5871	24,7690	22,9770	21,5146	20,4887	19,5110	18,6330	17,8244	17,0446	16,3382
18	42,3119	39,4220	37,1564	34,8052	31,5264	28,8693	25,9894	24,1555	22,7595	21,6049	20,6014	19,6993	18,8679	18,0860	17,3379
19	43,8194	40,8847	38,5821	36,1908	32,8523	30,1435	27,2036	25,3289	23,9004	22,7178	21,6891	20,7638	19,9102	19,1069	18,3376
20	45,3142	42,3358	39,9969	37,5663	34,1696	31,4104	28,4120	26,4976	25,9375	23,8277	22,7745	21,8265	20,9514	20,1272	19,3374
21	46,7963	43,7749	41,4009	38,9322	35,4789	32,6706	29,6151	27,6620	26,1711	24,9348	23,8578	22,8876	21,9915	21,1470	20,3372
22	48,2676	45,2041	42,7957	40,2894	36,7807	33,9245	30,8133	28,8224	27,3015	26,0393	24,9390	23,9473	23,0307	22,1463	21,3370
23	49,7276	46,6231	44,1814	41,6383	38,0756	35,1725	32,0060	29,9792	28,4288	27,1413	26,0184	25,0055	24,0689	23,1852	22,3369
24	51,1790	48,0336	45,5584	42,9798	39,3641	36,4150	33,1962	31,1325	29,5533	28,2412	27,0960	26,0625	25,1064	24,2637	23,3367
25	52,6187	49,4351	46,9280	44,3140	40,6465	37,6525	34,3816	32,2825	30,6752	29,3388	28,1719	27,1183	26,1430	25,2218	24,3366

Fuente: Tomado de Instituto de Física Facultad de Ciencias (s.f)

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Para ubicar el valor del chi cuadrado de Pearson ($X^2=14,605$) en la tabla de distribución se ha tomado en cuenta los grados de libertad ($gl=4$), al igual que el p_valor o la significancia exacta (0,005) que se encuentra en la tabla 30, por tanto, el valor del chi cuadrado se encuentra en el rango señalado en la tabla de distribución.

Tabla 32. Medidas simétricas-Gamma

		Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Ordinal por ordinal	Gamma	,402	,100	3,486	,000
	Correlación de Spearman	,234	,065	3,710	,000 ^c
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,229	,067	3,625	,000 ^c
N de casos válidos		239			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

Para corroborar la asociatividad de las variables y se utilizó el coeficiente de gama ya que, al utilizar variables ordinales, con este coeficiente permite medir el sentido de asociatividad entre las variables y la intensidad, es decir si es una relación directa o indirecta,

para ello los valores de aceptación van de -1 (existe una relación inversa), 0 (no existe relación) y 1 (la relación es directa) (Chiroque,2019). Como se puede evidenciar en la tabla tenemos un valor de Gamma de 0,402, lo cual indica que existe una intensidad media y las variables tienen una relación directa es decir mientras más iniciativa exista de Responsabilidad Social Corporativa en la cooperativa mayor va a ser la participación de socios y clientes es la cooperativa y por ende se va a fortalecer la cultura organizacional de la misma.

Tabla 33. Medidas direccionales

			Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Ordinal por ordinal	d de Somers	Simétrica	,213	,059	3,486	,000
		Participación de socios y clientes en el desarrollo y decisiones de la cooperativa.	,268	,074	3,486	,000
		Dependiente Responsabilidad Social Corporativa de la Cooperativa Visión de los Andes dependiente	,176	,050	3,486	,000

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

Fuente: Datos procesados en el SPSS.

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

En esta tabla se ha utilizado de coeficiente de la D de Somers, mismo que permite medir el nivel incidencia de una variable hacia otra, por tanto, el valor es de 0,213, lo que indica que al conocer la responsabilidad social corporativa que maneja la cooperativa se puede predecir la cultura organizacional. En consecuencia, se comprueba la incidencia de la Responsabilidad Social Corporativa en la cultura organizacional de la Cooperativa Vis Andes.

4.1.3 Toma de decisión

Tabla 34. Aceptación o rechazo de hipótesis

Hipótesis	Decisión
-----------	----------

<i>H_i</i>: La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) incide en la Cultura Organizacional (CO) de la Cooperativa Visión de los Andes (Vis Andes).	<i>Aceptada</i>
<i>H₀</i>: La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) no incide en la Cultura Organizacional (CO) de la Cooperativa Visión de los Andes (Vis Andes).	<i>Rechazada</i>

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

4.1.4 Discusión

En la investigación de Chiluita (2020), enfocada en la responsabilidad social corporativa y la intermediación financiera del sector cooperativo en la provincia de Chimborazo, demuestran que existe un índice de desconocimiento del 4% en la RCS, por lo tanto, comprueba la hipótesis alterna ya que las iniciativas de responsabilidad social permiten mayor eficiencia y alcance en el sector financiero.

Asimismo, el análisis en la responsabilidad social en la gestión de talento humano en el GAD Municipal del cantón Ambato, realizado por Hernández y Guanolema en el 2023, demuestra que la RSC, va más allá que solo principios y prácticas sociales convencionales, sino que busca generar compromiso interno y partiendo de este punto, enfocar los objetivos empresariales en busca de impactos sociales positivos que aumenten las relaciones internas y externas, por ello la RSC, es fundamental en el desarrollo y crecimiento de una empresa o institución, cabe recalcar que todo esto parte desde la estructura interna y cultura organizacional de cada establecimiento.

Tomando en cuenta los resultados de investigaciones similares, se refuerzan los resultados del estudio donde se demuestra que la responsabilidad social corporativa predice a la cultura organizacional de la Cooperativa Vis Andes, en un 20%, cabe destacar que esta relación es directa, por lo tanto es relativo, si aumenta la RSC también aumenta la cultura organizacional, por lo tanto se demuestra que en esta cooperativa se debe incrementar nuevos enfoques de tal modo transmitir mayor eficiencia y credibilidad en las acciones cooperativas y fomentar mayor participación en sus socios y clientes.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

En base a los antecedentes teóricos expuestos en la investigación, se puede decir que la responsabilidad social corporativa es un principio fundamental en la actualidad en todas las empresas y más aún en las instituciones financieras como lo es la COAC Vis Andes, ya que al entender los conceptos, enfoque iniciativas y proyectos que fomenta esta variable permite crear

un impacto positivo en la sociedad. De igual modo es importante entender que, para ser una institución que maneja RSC, debe cumplir con cierto parámetros y requisitos, para ser una empresa tipo B con reconocimiento estrictos estándares verificados de desempeño social y ambiental, transparencia y responsabilidad, debe partir desde la estructura interna, como lo son los principios, valores, etc, lo cual se encuentra dentro de la cultura organizacional, entonces recae la importancia de entender estos conceptos para lograr excelentes resultados.

Dentro de los principios que mantiene la COAC Vis Andes, se puede evidenciar que promueve el crecimiento y desarrollo mediante las 9 agencias a nivel nacional, de igual modo incentivan la inclusión financiera y el equilibrio en cartera de crédito brindando oportunidades para hombres y mujeres. Una iniciativa social que ha tomado fuerza ha sido las capacitaciones online gratuitas en cultura financiera. También se recalca las iniciativas de créditos verdes, agrícolas, entre otros. Por otro lado, la incidencia activa en el sector rural, le ha permitido entender las realidades de los socios, y como resultado de ello se refleja en los proyectos ambientales, de educación, bienestar social, cultura, deporte, entre otras. Finalmente, a partir de las iniciativas que maneja la cooperativa promueve el crecimiento sostenible, la economía circular, el emprendimiento local, alianzas estratégicas y proyectos direccionados a impulsar el desarrollo de los sectores vulnerables.

Teniendo en cuenta la importancia de la responsabilidad social en las empresas, en el capítulo VI de la propuesta, se expone varias alternativas de responsabilidad social que puede implementar la cooperativa para tener mayor alcance e impacto a nivel nacional.

5.2 Recomendaciones

Se ha comprobado que la responsabilidad social corporativa influye dentro de las organizaciones financieras, se puede recomendar que toda empresa indiferentemente a la actividad que realicen deben conocer la importancia de la RSC y manejar estos principios de sostenibilidad y compromiso social, ya que esto genera un impacto positivo en la sociedad, así como le da mayor credibilidad y reconocimiento ante los clientes o socios según corresponda.

Del mismo modo al conocer los enfoque de la COAC Vis Andes, se sugiere seguir implementando proyectos sociales como lo han venido haciendo hasta la actualidad, ya que esto les ha permitido tener el reconocimiento de sus clientes y socios, así como de otras organizaciones que reconocen las acciones positivas de la misma, también fortalecer las cultura organizacional de la institución mediante alianzas estratégicas enfocadas al talento humano, teniendo en cuenta la importancia de la flexibilidad interna para alcanzar los resultados proyectados.

Finalmente, estar en constante actualización de las nuevas exigencias empresariales, permite realzar la imagen y compromiso empresarial, por ello se recomienda establecer estrategias de responsabilidad social alcanzables, para brindar mejores oportunidades de crecimientos, ahorro e inversión y a su vez en conjunto con los socios y clientes encaminarse en proyectos viables con beneficio social y ambiental, a través de ello crear un cultura sostenible y de desarrollo, lo cual coadyuva a mejorar la economía circular local y a su vez mejorar la calidad de vida en sectores vulnerables mediante iniciativas encaminadas al crecimiento social equilibrado.

CAPITULO VI

6. PROPUESTA

6.1 Título de la propuesta

Estrategias de responsabilidad social corporativa para mejorar la cultura organizacional en la Cooperativa Visión de los Andes (Vis Andes)

6.1.1 Objetivo de la propuesta

Proponer estrategias de responsabilidad social corporativa para mejorar la cultura organizacional en la Cooperativa Visión de los Andes (Vis Andes)

6.1.2 Reseña de la cooperativa

La Cooperativa de Ahorro y Crédito de los Andes (Vis Andes) nació en el año 2009 como un sueño de mejorar la situación económica de las personas de la provincia de Cotopaxi, elaborando un proyecto enfocado en las microfinanzas de la provincia. En el año 2010 el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) aprobó el proyecto enfocado al apoyo a agricultores y microempresarios del sector andino con créditos de 100 a 3000 USD.

Para el año 2011 empezaron con la búsqueda de inversionistas y capital extranjero, encontrando en Europa con organizaciones sociales, ONGs y bancos suizos, en los posteriores años se expandieron a sectores como Saquisilí, Latacunga y Pujilí ampliando créditos de hasta 20000 USD y ya para el año 2020 durante la pandemia con el enfoque en la reactivación económica de los socios con productos de ahorro rentables se consolidó en el segmento 2, manteniéndose así hasta la fecha (Vis Andes, 2024).

6.1.3 Misión, visión y valores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito de los Andes (Vis Andes)

6.1.3.1 Misión

Representamos confianza, innovación y oportunidad: Somos una cooperativa sólida, incluyente e innovadora que contribuye al desarrollo de nuestra sociedad, entregando servicios financieros integrales y transparentes, con un equipo profesional y comprometido (Vis Andes, 2024).

Misión reformada para la cooperativa

Somos una cooperativa andina enfocada en el ahorro y crédito, ofreciendo servicios financieros inclusivos que buscan mejorar la calidad de vida y fomentar el desarrollo económico y social de nuestros miembros. Operamos con un fuerte sentido de responsabilidad social, guiados por los valores y principios que definen nuestra institución, promoviendo una cultura de servicio y competitividad.

6.1.3.2 Visión

Estar presentes en todo el Ecuador: Ser una cooperativa generadora de desarrollo sostenible en sus zonas de influencia, en cooperación con sus aliados estratégicos (Vis Andes, 2024).

Visión reformada para la cooperativa

La Cooperativa de Ahorro y Crédito de los Andes (Vis Andes), para el 2025, se consolidará como una entidad destacada en la intermediación financiera, caracterizándose por un crecimiento sostenible y ofreciendo productos y servicios innovadores. Esto permitirá una mayor participación de sus socios en el desarrollo de la institución.

6.1.3.3 Valores

- Innovación
- Sostenibilidad
- Trabajo en equipo
- Integridad
- Compromiso
- Creatividad

6.1.4 Estrategias de mejora en la RSC enfocadas a mejorar la cultura organizacional de la COAC Vis Andes

Tabla 35. Estrategias propuestas

Responsabilidad social	Objetivo	Estrategia	Responsables	Presupuesto	Seguimiento
Responsabilidad ética	Ser éticamente responsables, respetando cada uno de los principios que rigen como organización.	La Cooperativa de Ahorro y Crédito Visión de los Andes con el propósito de fomentar el bienestar de la comunidad riobambeña, mantendrá una conducta apegada a normas, reglamentos y disposiciones con la finalidad de alcanzar justicia social, medioambiental y de crecimiento económico, por lo que debe empezar por el desarrollo interno de sus actividades en las que se refleje varios elementos de interés, como: • La integridad del personal que colabora en la empresa, este factor debe estar presente en el cumplimiento responsable de todas las prácticas laborales, proporcionando estándares sobre la calidad del trabajo que desempeñan. • Principios de honestidad, dentro de estos la ética y la moral aportan significativamente al cumplimiento de metas y objetivos como un hábito para un excelente desarrollo profesional. • Respeto a la dignidad y a la	El departamento de Recursos Humanos en coordinación con gerencia se encargará que en el interior de la cooperativa prevalezca el orden, la igualdad y el respeto entre empleados, así como la realización del seguimiento al personal para determinar su desempeño y conformidad con la empresa a través de la comunicación y medios como encuestas.	\$500,00	Para verificar el alcance y el cumplimiento de las estrategias planteadas se recomienda realizar una evaluación de desempeño al personal interno cada seis meses.

		igualdad de los demás empleados lo que involucra un desarrollo efectivo de las competencias asignadas a cada uno. • Mejoramiento continuo, implica tener una actitud renovadora con esmero en ofertar calidad técnica y humana.			
Responsabilidad económica	Garantizar la sostenibilidad económica de la cooperativa, asegurando la equidad, transparencia y eficiencia en la gestión de los recursos, para beneficiar a los socios, empleados y la comunidad, mediante la: • Optimización de la gestión financiera y contable • Mejora de la eficiencia operativa y reducción de costos • Fomento de la participación de los socios en la toma de decisiones económicas • Inversión en proyectos que generen valor agregado y beneficios para la comunidad • Cumplimiento de las obligaciones fiscales	La responsabilidad económica está vinculada al uso responsable de los recursos. En este sentido, la Cooperativa de Ahorro y Crédito Visión de los Andes llevará a cabo sus acciones asegurando un entorno seguro y viable para sus actividades, siendo consciente de la importancia de preservar el medio ambiente para garantizar el desarrollo sostenible y el equilibrio socioeconómico, con actividades como: • Respeto por los derechos y el orden social, se velará por que dentro de la cooperativa prevalezca el orden y la paz. • Necesidades básicas cubiertas, se cubrirá todas las necesidades de los empleados para el desarrollo eficiente de sus actividades. • Desarrollo sostenible, todas las actividades realizadas por la cooperativa y sus socios, no deben causar daños al entorno. • Implementar un sistema de contabilidad y reporting financiero transparente y eficiente • Establecer un presupuesto y plan financiero anual participativo	Por parte del departamento financiero juntamente con los socios se proveerá todos los elementos necesarios para cubrir las necesidades de los empleados para un desempeño eficiente, para ello se debe ejecutar un correcto control de inventarios cada mes.	\$1000,00	Realizar el seguimiento respectivo de forma anual.

	y legales	• Realizar un análisis regular de costos y buscar oportunidades de reducción. • Fomentar la educación financiera y participación activa de los socios y comunidad en general • Invertir en proyectos que generen valor agregado y beneficios para la comunidad. • Establecer indicadores clave de desempeño (KPIs) para medir el progreso hacia el objetivo.			
Responsabilidad legal	Garantizar el cumplimiento integral de las obligaciones legales y regulatorias de la cooperativa, protegiendo los derechos e intereses de nuestros socios, empleados y la comunidad, mediante la implementación de políticas, procedimientos y controles efectivos, y la promoción de una cultura de cumplimiento y transparencia en todas nuestras operaciones	• Realizar auditorías legales y de cumplimiento regularmente • Capacitar a empleados y socios en materia legal y de cumplimiento • Establecer un sistema de reporte de incidentes y denuncias • Revisar y actualizar políticas y procedimientos legales periódicamente • Fomentar una cultura de transparencia y ética en la cooperativa	Verificar los reportes por parte de departamento financiero, gerencia y administración y hacer cumplir con los reglamentos existentes en las cooperativa.	\$ 600,00	Realizar un análisis interno de forma anual, con la finalidad detectar cualquier inconveniente o reforzar los programas existentes encaminados a la mejora continua y la RSC.
Responsabilidad social	Implementar iniciativas para que la organización sea socialmente responsable y cumpla con todas las propuestas de gestión de talento humano, partiendo del manejo de buenas prácticas productivas, igualmente, el respeto por los colaboradores mediante salarios dignos.	• Cumplir con las iniciativas de responsabilidad social basadas en la Norma ISO 26000: Responsabilidad Transparencia Comportamiento ético Respeto por los intereses Respeto por el estado de derechos Respeto por los derechos humanos	El personal directivo y de talento humano tiene la autoridad de hacer implementar, hacer cumplir, revisar y retroalimentar las acciones establecidas al personal de la institución.	\$200,00	Verificar el cumplimiento de estos principios mediante una evaluación anual.

Responsabilidad de gobernanza	El buen gobierno es una dimensión fundamental y su desarrollo socialmente responsable es completamente indispensable para las organizaciones que quieren avanzar en la gestión de la RSE, del mismo modo la buena gobernanza interna de cada institución es fundamental para el crecimiento y desarrollo de la empresa.	Fomentar prácticas anticorrupción para asegurar el buen ejercicio de la gobernanza interna en la cooperativa.	El personal directivo de la cooperativa.	\$200,00	Medir los resultados mediante una encuesta de satisfacción por lo general cada año.
Responsabilidad ambiental	Establecer proyectos encaminados a marcar un impacto positivo en el ambiente a su vez garantizar la sostenibilidad mediante prácticas saludables de cuidado y conservación de los recursos naturales en conjunto con los colaboradores.	Implementar proyectos enfocados al cuidado de los recursos naturales. Campañas de concientización para recuperar los recursos hídricos de Riobamba.	El personal de gestión de proyectos.	\$1000,00	Medir el impacto en la sociedad después de la ejecución de los proyectos.

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Tacuri C., 2024.

Las estrategias establecidas con anterioridad han sido planteadas de acuerdo con la situación de la cooperativa lo cual se corrobora con la información recolectada mediante las encuestas, asimismo, la cantidad mencionada en el presupuesto es flexible es decir que puede incrementar

o disminuir con relación a la situación financiera de la cooperativa. Así pues, estas estrategias tienen como finalidad contribuir al desarrollo de la cooperativa, es decir que al aplicar estas iniciativas la cooperativa tendrá mayor credibilidad y confianza empezando por los colaboradores, socios y clientes, por otro lado, el reconocimiento en la sociedad será mayor, debido al impacto positivo que puede generar mediante proyectos sociales, a demás de concientizar a la ciudadanía al cuidado ambiental y a su vez ser un ejemplo en el sector financiero.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Anguita, J. C. (2003). *La encuesta como técnica de investigación*. .
- Bello, E. (2022). *La Responsabilidad Social Corporativa* . Obtenido de IEBS:
<https://www.iebschool.com/blog/responsabilidad-social-corporativa-rentabilidad-beneficios-digital-business/>
- Benalcázar, V. (2023). *La Responsabilidad Social Empresarial en la construcción de la imagen corporativa en la Distribuidora Cabrera Riobamba*.
<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/10796/1/Benalcazar%20Merino%2c%20V.%282023%29%20La%20Responsabilidad%20Social%20Empresarial%20en%20la%20construcci%3%b3n%20de%20la%20imagen%20corporativa%20en%20la%20Distribuidora%20Cabrera%20Riobamba..pdf>
- Bhattacharya, C. B., Sen, S., & Korschun, D. (2018). *The stakeholder route to maximizing business and social value*. UK: Cambridge University Press.
- Bryman, A. (2021). Métodos de investigación social (6ª ed.). *Prensa de la Universidad de Oxford*.
- Carrillo, A., Galarza, S., Aguirre, C., & Tipán, A. (2023). Cultura Organizacional: criterios de éxito en las instituciones de Educación Superior del Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*, 15(2)., 120-131.
- Castro, M & Garcia,M . (2020). Responsabilidad social Empresarial y su impacto en la competitividad en el sector coopertivo del ecuador . *cientifica FAREM_Ecuador*, 7(1), 122-138.
- Chiavetano. (2023). La cultura Organizacional . P.174.
- Chiluiza, J. (2020). *La responsabilidad social corporativa y la intermediación financiera del sector cooperativo financiero del segmento cinco de la provincia de Chimborazo*.
<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/7093/1/JESICA%20CHILUIZA%20TESIS%20firmad-CPA.pdf>
- Chiroque, C. (2019). Data política. *¿Qué es la prueba CHI CUADRADO?*.
<https://youtu.be/cyRAXn5NbD4?si=7c9Fb8qRTNhCtUaV>
- Compravende. (2023). *Innovación y desarrollo en la industria del chocolate en Ambato, Ecuador*. <https://compravende.ec/innovacion-y-desarrollo-en-la-industria-del-chocolate-en-ambato-ecuador/>

- Campoverde, A., Bermeo, K. y Vásquez, E. (2023). Responsabilidad social y buen gobierno en las universidades y escuelas politécnicas de la ciudad de cuenca. *Revista Conrado*, 19(S1), 91-102. <https://dspace.ucacue.edu.ec/items/665d9f44-6074-4cd3-899c-87ff150dfc66>
- Consultores, B. (2021). *Método hipotético deductivo*. <https://online-tesis.com/metodo-hipotetico-deductivo/>
- Consumer, E. (2020). Responsabilidad social. <https://www.consumer.es/seguridad-alimentaria/del-cacao-al-chocolate.html>
- Crane, A. (2019). Ética empresarial: gestión de la ciudadanía corporativa y la sostenibilidad en la era de la globalización (5ª ed.). *Prensa de la Universidad de Oxford*.
- Creswell, JW y Clark, VLP . (2017). *Diseño y realización de investigaciones de métodos mixtos (3ª ed.)*. Publicaciones SAGE.
- Denison, D. R. (2018). Organizational culture and effectiveness. In *The Oxford Handbook of Organizational Climate and Culture* . *Oxford University Press.*, 335-360.
- Elkington, J. (2018). *Coined the Phrase “Triple Bottom Line.” Here’s Why It’s Time to Rethink It*. Harvard Business Review.
- Equipo editorial, E. (2022). *Ingreso*. Obtenido de concepto.de: <https://concepto.de/ingreso-2/>
- Etecé. (2021). *Desarrollo Económico*. <https://concepto.de/desarrollo-economico/>
- Giani, C. (2022). *Población y muestra*. <https://www.ejemplos.co/poblacion-y-muestra/>
- Giner, G. (2019). *Tipos de investigación y sus características*. <https://www.esalud.com/tipos-de-investigacion/>
- Gómez, A. L. (2022). *Funciones de un director de innovación y desarrollo*. <https://angelgomezdiaz.es/>: <https://angelgomezdiaz.es/funciones-director-de-innovacion-y-desarrollo/>
- Gond, J & A, Swaen & Babu, N. (2017). The psychological microfoundations of corporate social responsibility . *Journal of organizaational Behavior*, 38(2).
- Guerrero, A. (2023). Chocolate “La Carolina”. (A. Quinatoa, Entrevistador)
- Gutiérrez, J. (2019). Responsabilidad Social Corporativa en las cooperativas de ahorro y crédito del Ecuador . *Científica ECOCIENCIA*, 6(7).
- Hamilton, F. (2015). *Slideshare.net*. Obtenido de Desarrollo económico: <https://es.slideshare.net/hamifranco/desarrollo-economico-55661276>
- Hernández, Y., Hernández, V., Batista, N. y Tejeda, E. (2017). ¿Chi cuadrado o Ji cuadrado?. *Medicentro Electrónica*, 21(4), 294-295.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1029-30432017000400001&lng=es&tlng=es.

Hernández, R., & Guanolesma, K. (2023). *La responsabilidad social corporativa en la gestión del talento humano del gad municipal del cantón ambato provincia de Tungurahua*.
<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/21806/1/12T01787.pdf>

Instituto de Física Facultad de ciencias (s.f.). Tabla 3 distribución del chi cuadrado.
http://labrad.fisica.edu.uy/docs/tabla_chi_cuadrado.pdf

López, P., Fachelli, S. (2015). Análisis de tablas de contingencia. Metodología de la Investigación Social Cuantitativa. *Bellaterra (Cerdanyola del Vallès): Dipòsit Digital de Documents, Universitat Autònoma de Barcelona*. 1ª edición.
<http://ddd.uab.cat/record/131469>

López, C. (20 de Mayo de 2023). Asociación de chocolateros de la parroquia de Huachi Chico. (A. Quinatoa, Entrevistador)

Márquez, Y., Martínez, B., Sosa, E., & González, M. (2023). *La importancia de la responsabilidad social empresarial y la cultura organizacional en una empresa constructora*. Obtenido de Uniandes Episteme:
<https://revista.uniandes.edu.ec/ojs/index.php/EPISTEME/article/view/3230/3838>

Masaquiza, Y. (2022). *Diseño de estrategias para mejorar la cultura organizacional de la cooperativa de ahorro y crédito kullki wasi en la ciudad de Ambato*.
<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/18303/1/12T01630.pdf>

Meneses, J. (2016). *El cuestionario*.

Ortega, C. (2020). *Alfa de Cronbach: Qué es y cuál es su importancia*.
<https://www.questionpro.com/blog/es/alfadecronbach/#:~:text=El%20Alfa%20de%20Cronbach%20es,en%20una%20escala%20de%20medici%C3%B3n>.

Peiró, R. (2019). *Innovación- Qué es, defición y concepto*.
<https://economipedia.com/definiciones/innovacion-2.html>

Pérez, J. G. (2021). *Socioeconómico- Qué es, definicion y concepto*.
<https://definicion.de/socioeconomico/>

Pico, L. D. (2015). *Fortalecimiento cultural gastronómico del tradicional chocolate ambateño*. Ambato.

- Quinde, C y Mendoza, M. (2018). Responsabilidad Social Corporativa y su impacto en la imagen institucional de las cooperativas de ahorro y crédito del Ecuador. *Revista Científica SCIENTIA*, 3(2), 28-29.
- Quiroa, M. (2020). *Innovación incremental*.
<https://economipedia.com/definiciones/innovacion-incremental.html>
- Rocha, R., Bandeira, A. & Ramos, P. (2024). "The Impact of Social Responsibility on the Performance of European Listed Companies" *Sustainability* 16(7)
<https://doi.org/10.3390/su16177658>
- Rodriguez, J. (2016). *Seminario de profundización en gerencia*.
<https://repository.urosario.edu.co/server/api/core/bitstreams/8832b59f-9370-48f2-9ad2-87195ac5b68e/content>
- Rojas, C. I. (2012). *Innovación Incremental e Innovación Radical o Disruptiva y sus Ejemplos*. <https://www.eoi.es/blogs/carollirenerodriguez/2012/03/08/innovacion-incremental-e-innovacion-radical-o-disruptiva-y-sus-ejemplos/>
- Sánchez Escobar, R. J. (2015). *La Consolidación de Producción de Chocolate Artesanal, y la rentabilidad de los productores en la parroquia de Huachi Chico del cantón Ambato durante el periodo 2013*. <https://repository.uta.edu.ec/handle/123456789/18826>
- Sanz, M. P., & Meseguer, M. G. (s/f). *Capítulo 3 Los métodos de investigación*.
- SC21. (2022). *Los 5 principios de la Responsabilidad Social Corporativa*.
<https://www.smartcommerce21.com/los-5-principios-de-la-responsabilidad-social-corporativa>
- Schein. (2019). *la cultura organizacional y el liderazgo*. fondo de cultura económica.
- SurveyMonkey. (s.f.). *Investigación descriptiva: cómo puedes definir a los encuestados y sacar conclusiones*. <https://es.surveymonkey.com/mp/descriptive-research/>
- Sydle. (2022). *Tipos de innovación: ¿cuáles son y cómo aplicarlos en tu*
<https://www.sydle.com/es/blog/tipos-de-innovacion-619541bf351e93287c42a7de>
- Tejada, L. F. (2018). *Proyecto de exportación de chocolate artesanal ambateño, por la empresa productora "Chocolate Carolina" de la parroquia de Huachi Chico. Provincia de Tungurahua; hacia la ciudad de Berlín-Alemania, durante el periodo 2016*.
<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/11902/1/52T00474.pdf>
- Terrenos, D. (2022). *Innovación disruptiva: qué es y 10 ejemplos geniales*.
<https://blog.hubspot.es/marketing/innovacion-disruptiva>

- Torres, J & Gómez, R . (2021). Cultura organizacional y su relación con la responsabilidad Social Corporativa en las cooperativas de ahorro y crédito del Ecuador . *EMPRENDEDORES*, 6(2), 1-15.
- Troya, X. (2009). *Análisis de una experiencia local: la producción con identidad territorial (caso de los productos de chocolate de Ambato)*. Quito.
- Tuapanta, J., Duque, M. y Mena, A. (2017). Alfa de Cronbach para validar un cuestionario de uso de TIC en docentes universitarios. *Revista mktDescubre - ESPOCH FADE*, 10, 37 - 48. <https://core.ac.uk/download/pdf/234578641.pdf>
- UNIR. (2023). *La cultura organizacional de una empresa: concepto e importancia*. <https://mexico.unir.net/noticias/economia/cultural-organizacional/>
- Velastegui, F. (2023). Asociación chocolateros de la parroquia de Huachi Chico. (A. Quinatoa, Entrevistador)
- Vis Andes. (2024). *Conózcenos*. Obtenido de Cooperativa de Ahorro y Crédito de los Andes: <https://www.visandes.fin.ec>
- Westreicher, G. (1 de septiembre de 2020). *Hipótesis*. Obtenido de economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/hipotesis.html>
- Yopán, J., Palmero, N., & Santos, J. (2020). Cultura Organizacional . *Controversias y Concurrencias Latinoamericanas*, vol. 11, núm. 20, 263-289. <https://www.redalyc.org/journal/5886/588663787016/html/>.

8. ANEXOS

8.1 Anexo 1 (Cuestionarios)

8.1.1 Cuestionario para socios

Preguntas

Respuestas

239

Configuración



La Responsabilidad Social Corporativa y la Cultura Organizacional en la COOPERATIVA VISIÓN DE LOS ANDES " VIS ANDES "

CUESTIONARIO PARA SOCIOS

Responsabilidad Social Corporativa:

¿Cómo percibe la responsabilidad social corporativa de la cooperativa Visión de los Andes?

☐ Muy Importante

☐ Importante

☐ De poca Importancia

¿Conoce iniciativas específicas de responsabilidad social implementadas por la cooperativa?

☐ Si

☐ No

Satisfacción del Cliente:

¿Qué tan satisfecho/a estás con los servicios proporcionados por la cooperativa?

- ☐ Muy satisfecho
- ☐ Satisfecho
- ☐ Poco satisfecho

¿Recomendaría la cooperativa a otras personas?

- ☐ Si
- ☐ No

Desarrollo y Participación:

¿Siente que la cooperativa involucra a los clientes en su desarrollo y decisiones?

- ☐ Totalmente en desacuerdo
- ☐ Indiferente
- ☐ Totalmente de Acuerdo

¿Conoce programas o iniciativas que fomenten la participación activa de los clientes?

- ☐ Totalmente en desacuerdo
- ☐ Indiferente
- ☐ Totalmente de Acuerdo

Impacto en la Calidad de Vida:

¿Cómo percibe que los servicios de la cooperativa impactan en su calidad de vida?

- ☐ Muy Importante
- ☐ Importante
- ☐ De poca Importancia

¿Hay aspectos específicos en los servicios que mejorarían su experiencia?

- ☐ No
- ☐ Si

¿La cooperativa brinda opciones sostenibles y amigables con el medio ambiente? *

- ☐ Totalmente en desacuerdo
- ☐ Indiferente
- ☐ Totalmente de Acuerdo

8.1.2 Cuestionario para empleados



La Responsabilidad Social Corporativa y la Cultura Organizacional en la COOPERATIVA VISIÓN DE LOS ANDES " VIS ANDES "

B I U ↺ ↻

CUESTIONARIO PARA EMPLEADOS

Estructura Organizacional:

Liderazgo: ¿Crees que el liderazgo que se maneja en la cooperativa es efectivo?

- ☐ Totalmente en desacuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ De acuerdo

Condiciones Laborales: ¿En tu opinión, las condiciones laborales actuales de la cooperativa son adecuadas para garantizar un ambiente de trabajo positivo y eficiente?

- ☐ Totalmente en desacuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ De acuerdo

Índice de Resolución de Problemas: ¿Cómo evalúas la eficacia del enfoque de la cooperativa para identificar, analizar y resolver problemas?

- ☐ Totalmente en desacuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ De acuerdo

Comportamiento Laboral:

¿Consideras que las prácticas de gestión del cambio en Vis Andes facilitan una transición efectiva en el entorno laboral?

- ☐ Totalmente en desacuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ De acuerdo

¿Cómo percibes el ambiente de trabajo en la cooperativa?

- ☐ Positivo
- ☐ Neutral
- ☐ Negativo

Comunicación Efectiva: ¿Cómo evalúas la claridad y apertura en la comunicación de la cooperativa?

- ☐ Clara y abierta
- ☐ Neutral
- ☐ Poco clara y abierta

Niveles Jerárquicos: ¿Cómo describirías la estructura jerárquica en la cooperativa?

- ☐ Flexible
- ☐ Neutral
- ☐ Rígida
- ☐ Borrar selección

Gestión Empresarial:

Compromisos Éticos/Código de Ética: ¿Sientes que la cooperativa promueve compromisos éticos?

- ☐ Totalmente en desacuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ De acuerdo

Balance Social: ¿Cómo valoras el equilibrio entre los aspectos sociales y económicos?

- ☐ Muy Importante
- ☐ Importante
- ☐ Sin Importancia
- ☐ Borrar selección

Desarrollo y Participación de los Empleados: ¿Cómo percibes el impulso al desarrollo y la participación de los empleados en la cooperativa?

- ☐ Promovido
- ☐ Neutral
- ☐ Poco promovido

Nivel de Desempeño: ¿Consideras que la evaluación del desempeño en la cooperativa es beneficiosa o contribuye al desarrollo profesional de los empleados?*

- ☐ Totalmente en desacuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ De acuerdo

¿Cómo percibe la responsabilidad social corporativa de la cooperativa Visión de los Andes?

- ☐ Muy Importante
- ☐ Importante
- ☐ Sin Importancia

Se siente alineado/a con los valores y principios éticos de la cooperativa?

- ☐ En desacuerdo
- ☐ Indiferente
- ☐ De acuerdo

¿Te sientes asegurado/a y respaldado/a en tu posición laboral?

- ☐ Totalmente en desacuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ De acuerdo

8.2 Anexo 2 (Matriz de Consistencia)

Formulación del Problema	Objetivo General	Hipótesis General
¿Cómo la responsabilidad social corporativa influye en la cultura organizacional en la cooperativa visión de los Andes (VIS ANDES)?	Determinar la responsabilidad social corporativa y la cultura organizacional dentro de la Cooperativa Visión de los Andes.	La Responsabilidad Social Corporativa inciden en la Cultura Organizacional de la Cooperativa Visión de los Andes.
Problemas Derivados	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicos
¿Será posible fundamentar teóricamente la responsabilidad social corporativa y la cultura organizacional en la Cooperativa Visión de los Andes? ¿Cómo contrastar los principios de responsabilidad social corporativa y la cultura organizacional en la Cooperativa Vis Andes? ¿Qué estrategias se de responsabilidad social corporativa se puede proponer para mejorar la cultura organizacional en la Cooperativa Visión de los Andes?	- Fundamentar teóricamente la Responsabilidad Social Corporativa y la Cultura Organizacional en la Cooperativa Visión de los Andes (Vis Andes). - Contrastar los principios de responsabilidad social corporativa y cultura organizacional de la Cooperativa Visión de los Andes (Vis Andes). - Proponer estrategias de responsabilidad social empresarial para mejorar la cultura organizacional en la Cooperativa Visión de los Andes	

Fuente: Información propia
Elaborado por: Tacuri, C (2024).

8.3 Anexo 3 (Operacionalización de las variables)

Fuente: Información propia
Elaborado por: Tacuri, C (2024)

VARIABLE DEPENDIENTE: CULTURA ORGANIZACIONAL			
Conceptualización	Categorías	Indicadores	Técnicas e instrumentos
Un modo de vida, un sistema de creencias y valores, una forma aceptada de interacción y de relaciones típicas de determinada organización; un clima laboral constituido por características que distinguen a una organización de otra y que influyen en el comportamiento de las personas en la organización, y el resultado de aspectos formales e informales de la estructura como los sistemas de control, las reglas, las normas y las relaciones interpersonales”. (Chiavetano, 2023)	Clima Laboral	• Índice de rotación al personal • Nivel de satisfacción del empleado • Sentido de pertenencia	Técnica Encuesta
	Estructura	• Productividad del empleado • Eficiencia • Aumento de socios	Instrumento Cuestionario
	Comportamiento	• Adaptación al cambio • Número de llamados de atención entregados al personal • Niveles jerárquicos	

VARIABLE INDEPENDIENTE: RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA			
Conceptualización	Categorías	Indicadores	Técnicas e instrumentos

Según Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social (2004): La RSE es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales (p.76).	Gestión	• Compromisos éticos/ código de ética. • Satisfacción del cliente • Quejas recibidas	Técnica Encuesta
	Metas	• Crecimiento de cartera de socios • Nivel de productividad • Numero de oportunidades generadas frente al número de ventas concluidas	Instrumento Cuestionario
	Desarrollo Sostenible	• Proyectos que incluyen objetivos de sostenibilidad • Balance social • % cumplimiento de la legislación	

Fuente: Información Propia

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

8.4 Anexo 4 (Correspondencia de ítems)

8.4.1 Ítems cuestionario para socios

CÓDIGO	PREGUNTAS
RSC	Responsabilidad Social Corporativa
RSC1	¿Cómo percibe la responsabilidad social corporativa de la cooperativa Visión de los Andes?
RSC2	¿Conoce iniciativas específicas de responsabilidad social implementadas por la cooperativa?
SCT	Satisfacción al cliente
SCT1	¿Qué tan satisfecho/a estás con los servicios proporcionados por la cooperativa?
SCT2	¿Recomendaría la cooperativa a otras personas?
DP	Desarrollo y participación
DP1	¿Siente que la cooperativa involucra a los clientes en su desarrollo y decisiones?
DP2	¿Conoce programas o iniciativas que fomenten la participación de los clientes?
ICV	Impacto en la calidad de vida
ICV1	¿Cómo percibe que los servicios de la cooperativa impactan en su calidad de vida?
ICV2	¿Hay aspectos específicos en los servicios que mejorarían su experiencia?
ICV3	¿La cooperativa brinda opciones sostenibles y amigables con el medio ambiente?

Fuente: Información Propia

Elaborado por: Tacuri, C (2024).

8.4.2 Ítems cuestionario para empleados

CODIGO	PREGUNTAS
EO	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL
EO1	¿Crees que el liderazgo que se maneja en la cooperativa es efectivo?
CDL	CONDICIONES LABORALES
CDL1	¿En tu opinión, las condiciones laborales actuales de la cooperativa son adecuadas para garantizar un ambiente de trabajo positivo y eficiente?
CDL2	¿Cómo evalúas la eficacia del enfoque de la cooperativa para identificar, analizar y resolver problemas?
CPL	COMPORTAMIENTO LABORAL
CPL1	¿Consideras que las prácticas de gestión del cambio en Vis Andes facilitan una transición efectiva en el entorno laboral?
CPL2	¿Cómo percibes el ambiente de trabajo en la cooperativa?
CE	COMUNICACIÓN EFECTIVA
CE1	¿Cómo evalúas la claridad y apertura en la comunicación de la cooperativa?
NJ	NIVELES JERÁRQUICOS
NJ1	¿Cómo describirías la estructura jerárquica en la cooperativa?
GEM	GESTIÓN EMPRESARIAL
GEM1	Compromisos Éticos/Código de Ética: ¿Sientes que la cooperativa promueve compromisos éticos?
GEM2	¿Cómo valoras el equilibrio entre los aspectos sociales y económicos?
GEM3	¿Cómo percibes el impulso al desarrollo y la participación de los empleados en la cooperativa?
GEM4	¿Consideras que la evaluación del desempeño en la cooperativa es beneficiosa o contribuye al desarrollo profesional de los empleados?
DS	DESARROLLO SOSTENIBLE
DS1	¿Consideras que la cooperativa contribuye al desarrollo sostenible a través del empleo?
DS2	¿Cómo experimentas el impacto de tu trabajo en la cooperativa en tu calidad de vida?
DS3	¿Cómo percibe la responsabilidad social corporativa de la cooperativa Visión de los Andes?
DS4	Se siente alineado/a con los valores y principios éticos de la cooperativa?
DS5	¿Te sientes asegurado/a y respaldado/a en tu posición laboral?

Fuente: Información Propia

Elaborado por: Tacuri, C (2024).