



Universidad Técnica de Manabí
Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas
Escuela de Administración de Empresas

Trabajo de Titulación
Previo a la obtención del Título de:
Ingeniero Comercial

Tema:
Los gastos corrientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda. de
la ciudad de Portoviejo y su incidencia en el desarrollo organizacional.
Período 2013 – 2015.-

Modalidad:
Investigación Cuantitativa

Autores:
Cortez Jalca María Soledad
Delgado Castro Boris Fernando

Tutor:
Ing. Bolívar Camacho

Portoviejo – Manabí – Ecuador
2016

Los gastos corrientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda. de la ciudad de Portoviejo y su incidencia en el desarrollo organizacional.
Período 2013 – 2015.-

Dedicatoria

Esta Tesis se la dedico a Dios por nunca dejarme desmayar, por guiar mi camino, por darme la fortaleza para seguir adelante y afrontar los problemas que se me presentaron durante este largo proceso.

Dios sé que me pusiste en este camino por muchas razones y hoy entendí que este fue el destino que quisiste para mí.

Como no agradecer a mis padres si fueron quienes me dieron la vida, gracias por no negarme la oportunidad de haber estudiado y recibir conocimientos enriquecedores. Hoy este triunfo más que mío es de ustedes, los amo con mi vida.

A ti mi bebe Isaac Chinga por ser esa pequeña pero a la vez gran motivación, cuando quería tirar la toalla, mirarte era suficiente para no desmayar y continuar con esta dura batalla.

Hermanos, no me queda más que agradecerles por acompañarme durante todo este tiempo, este triunfo también es de ustedes.

A todos mis amigos, compañeros muchas gracias por estar conmigo en aquellos momentos felices y amargos, los quiero con todo mi corazón.

No me puedo ir sin antes agradecerles y decirles que sin el apoyo de ustedes no lo hubiera logrado, tantas desveladas, tantos momentos en los que no tenía ni para los pasajes, hoy puedo decir que valió la pena, les agradezco a todos infinitamente y siempre los llevaré en mi corazón.

Cortez Jalca María Soledad

Dedicatoria

La presente investigación la dedico a mis padres quienes han sido el pilar fundamental para la realización de este proyecto, por su apoyo moral y económico ya que nunca me abandonaron sabiendo guiarme por el camino correcto de la vida, de igual forma a mi esposa e hijo ya que son mi razón de vivir y mi apoyo incondicional en los buenos y malos momentos, además a mi abuela quien con su amor y consejos brindados me hizo más fuerte para seguirme superando.

Delgado Castro Boris Fernando

Agradecimiento

En primer lugar doy infinitamente gracias a Dios, por haberme dado las fuerzas necesarias para culminar esta hermosa etapa de mi vida, llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad. Le doy gracias a mis padres Jairo y Juana por apoyarme en todo momento, por haberme dado una excelente educación y nunca negarme esta gran oportunidad. Mil gracias por regalarme una herramienta para defenderme en mi futuro. A ti Isaac Chinga, porque sin ti nada de esto fuese posible, eres mi fortaleza, mi motivación, mi inspiración, mi motor, me enseñaste mucho siendo apenas un bebe, eres mi todo. A mis hermanos aunque no puedo nombrarlos a todos porque sé que algunos se resentirán, no me queda más que agradecerles por acompañarme durante este tiempo, a ti hermana Maribel Cortez de manera especial por tu apoyo económico.

A mis amigas Karen, Roxana, Claudia, por estar ahí siempre en cada momento compartiendo conmigo alegrías, tristezas, esperas, zozobras, horas y largos días en busca de una respuesta favorable. A mis compañeros como no estarle agradecidos si me aguantaron durante todos estos años, compartir con ustedes esta gran experiencia fue lo mejor, no me puedo quejar, fueron los mejores compañeros de aula que pude tener, gracias por haber hecho de mi etapa universitaria un trayecto de vivencias que nunca olvidaré. A ti Boris Delgado por escogerme como compañera de tesis, hemos pasado momentos muy duros, amargos, peleas, pero sé que valió la pena, formado la mejor dupla y hoy ese esfuerzo se ve reflejado. Mil gracias a todas las personas que creyeron en mí, y que me apoyaron, que nunca me dieron la espalda, a ti Angélica por escucharme siempre, y por estar conmigo durante largas horas de estudio.

A los profesores que nunca dudaron en compartir sus conocimientos conmigo y que son un gran ejemplo a seguir. A la institución que me dio la oportunidad de realizar mi trabajo de Tesis y de manera muy especial a la Econ. Alejandra Rodríguez por siempre brindarnos una sonrisa cuando acudíamos en busca de ayuda, su enseñanza fue muy importante para culminar con este trabajo. A aquellas personas que de una u otra manera aportaron durante este proceso ya sea económico, intelectual, con un mensaje o una llamada, sin su ayuda tampoco los hubiese logrado. Los llevo en mi corazón y no me cansare de darles las gracias por este logro hoy puedo decir que soy inmensamente feliz Ingeniera Comercial, esto va por todos ustedes.

Agradecimiento

Agradezco a dios por haberme dado la oportunidad de culminar mi proyecto de investigación.

Mi profunda gratitud a la Universidad Técnica de Manabí, en especial a la facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, a los docentes que de una u otra manera supieron encaminarme por el camino del éxito en el ámbito personal y profesional. De manera especial a mi tutor Ing. Bolívar Camacho, quien supo guiarme correctamente para el desarrollo y culminación.

A la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda. en especial a la Ing. Alejandra Rodríguez, directora del área financiera, por la apertura y confianza brindada para la realización del presente trabajo.

Delgado Castro Boris Fernando

Certificación del Tutor de Tesis

Ing. Bolívar Camacho, Tutor de Tesis, certifica que los egresados: María Soledad Cortez Jalca y Boris Fernando Delgado Castro, realizaron su trabajo de titulación denominado: Los gastos corrientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda. de la ciudad de Portoviejo y su incidencia en el desarrollo organizacional. Periodo 2013 – 2015, previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial, bajo mi dirección y supervisión, trabajo que se encuentra concluido en su totalidad.

.....
Ing. Bolívar Camacho
Tutor de Tesis

Certificación de la Comisión de Revisión y Evaluación

De nuestra consideración:

Tenemos a bien certificar que el desarrollo del trabajo de Tesis denominado: Los gastos corrientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda. de la ciudad de Portoviejo y su incidencia en el desarrollo organizacional. Periodo 2013 – 2015, de las autores: María Soledad Cortez Jalca y Boris Fernando Delgado Castro, ha sido concluido con total normalidad, bajo la dirección del Ing. Bolívar Camacho, así como la responsabilidad del Tribunal de Revisión y Evaluación, legalizada por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, ajustándose conforme a lo establecido en el Reglamento Interno de la Facultad, como requisito previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial.

.....

Miembro del tribunal

.....

Miembro del tribunal

.....

Miembro del tribunal

Declaración sobre Derechos de Autor

El desarrollo del siguiente trabajo de titulación, es producto del esfuerzo, constancia y dedicación exclusiva de los autores, expuesto en este trabajo de Tesis, denominado: Los gastos corrientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda. de la ciudad de Portoviejo y su incidencia en el desarrollo organizacional. Periodo 2013 – 2015, por lo tanto de su planteamiento, desarrollo y finalización asumimos la responsabilidad que la ley señala para el efecto.

.....
Cortez Jalca María Soledad

Autora

.....
Delgado Castro Boris Fernando

Autor

Índice de contenidos

	Pág.
Dedicatoria	
Agradecimiento	
Certificación de la Directora de Tesis	
Certificación de la Comisión de Revisión y Evaluación	
Declaración sobre Derechos de Autor	
Índice de Contenidos	
Índice de Gráficos	
Resumen	
Summary	
Introducción	
Capítulo Uno.....	18
1. Tema.....	18
2. Planteamiento del problema.....	18
2.1 Antecedentes.....	19
2.2. Justificación.....	21
2.3. Objetivos.....	22
Objetivo general.....	22
Objetivos específicos.....	22
Capítulo Dos.....	23
3. Revisión de la literatura y desarrollo del marco teórico.....	23
3.1. Los gastos corrientes.....	23
3.2. La actividad comercial o de negocios.....	25
3.3. El desarrollo organizacional.....	27
3.4. Clima laboral y organizacional.....	30
3.5. Servicio al cliente.....	33
3.6. Posicionamiento y competitividad empresarial.....	36
Capítulo Tres.....	41
4. Visualización del alcance del estudio.....	41
4.1. Tipo de investigación.....	41
5. Elaboración de hipótesis y definición de variables.....	42
5.1. Hipótesis del estudio.....	42

5.2. Variables.....	42
a. Variable independiente.....	42
b. Variable dependiente.....	42
5.3. Operacionalización de las variables.....	44
6. Desarrollo del diseño de la investigación.....	47
6.1. Método.....	47
6.2. Técnica.....	47
7. Definición y selección de la población.....	48
8. Recolección de datos.....	49
Capítulo Cuatro.....	50
9. Análisis de los datos.....	50
9.1. Los gastos corrientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda de los años 2013 – 2015.....	50
a. Gastos corrientes del año 2013.....	50
b. Gastos corrientes del año 2014.....	51
c. Gastos corrientes del año 2015.....	52
9.2. Encuestas dirigidas a los colaboradores de la cooperativa.....	56
9.3. Entrevistas dirigidas a los directivos de la cooperativa.....	64
Capítulo Cinco.....	73
10. Elaboración del reporte de resultados.....	73
10.1. Conclusiones.....	73
10.2. Recomendaciones.....	74
10.3. Cumplimiento de objetivos del estudio.....	75
10.4. Cumplimiento de hipótesis del estudio.....	78
11. Presupuesto.....	79
12. Cronograma valorado.....	80
13. Referencias bibliográficas.....	81
Anexos	

Índice de Gráficos

	Pág.
Gráfico Uno	
Pregunta Uno. ¿Considera usted que la institución ha realizado las inversiones necesarias, para ofrecer mejor servicio a los clientes?.....	56
Gráfico Dos	
Pregunta Dos. ¿Los gastos realizados en tecnología, les permite atender en mejor forma a los clientes?.....	57
Gráfico Tres	
Pregunta Tres. ¿Conoce la forma en que está siendo evaluada su productividad laboral?.....	58
Gráfico Cuatro	
Pregunta Cuatro. ¿Se lo está remunerando en forma equitativa y en base a su productividad?.....	59
Gráfico Cinco	
Pregunta Cinco. ¿Es suficiente el incentivo que se da en la cooperativa para que se esfuerce por realizar mejor sus funciones?.....	60
Gráfico Seis	
Pregunta Seis. ¿Se están realizando los procesos necesarios para que alcancen sus expectativas laborales?.....	61
Gráfico Siete	
Pregunta Siete. ¿Se están realizando suficientes programas de capacitación para que realicen mejor sus actividades?.....	62
Gráfico Ocho	
Pregunta Ocho. ¿Tiene el perfil profesional idóneo para desempeñarse en su cargo?.....	63
Gráfico Nueve	
Pregunta Nueve. ¿Se ha invertido suficiente dinero para ofrecer mejores servicios a los clientes?.....	64
Gráfico Diez	
Pregunta Diez. ¿Se ha invertido suficiente dinero en tecnología que les permita a los colaboradores atender en mejor forma a los	65

clientes?.....	
Gráfico Once	
Pregunta Once. ¿Cómo se mide la productividad del personal que labora en la cooperativa?.....	66
Gráfico Doce	
Pregunta Doce. ¿Se está remunerando en forma equitativa y en base a su productividad a los empleados?.....	67
Gráfico Trece	
Pregunta Trece. ¿Por qué no se han incrementado los sueldos en los tres últimos períodos?.....	68
Gráfico Catorce	
Pregunta Catorce. ¿Es suficiente el incentivo para que los colaboradores se esfuercen por realizar mejor sus funciones?.....	69
Gráfico Quince	
Pregunta Quince. ¿Se están realizando los procesos necesarios para que los colaboradores alcancen sus expectativas laborales?.....	70
Gráfico Dieciséis	
Pregunta Dieciséis. ¿Se están realizando suficientes programas de capacitación para que los colaboradores realicen mejor sus actividades?.....	71
Gráfico Diecisiete	
Pregunta Diecisiete. ¿Los funcionarios y colaboradores de la cooperativa tienen el perfil profesional para el cargo que ocupan en la actualidad?.....	72

Resumen

Este trabajo de titulación denominado: Los gastos corrientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda. de la ciudad de Portoviejo y su incidencia en el desarrollo organizacional. Periodo 2013 – 2015, se realizó con la intención de conocer como los gastos corrientes tienen un nivel de impacto cuantificable y observable en el desarrollo organizacional y la actividad comercial que se realiza esta cooperativa.

Para lograr una direccionalidad en la investigación se planteó un objetivo general con el que se analizaron los gastos corrientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda. de la ciudad de Portoviejo y su incidencia en el desarrollo organizacional en el periodo 2013 – 2015, este objetivo global se desglosó en tres objetivos específicos con los cuales se determinaron los gastos corrientes que podrían generar mayores haberes dentro de la cooperativa como parte de la mejora continua de la cooperativa y cómo se relacionan con su actividad financiera y comercial, luego se investigó de qué manera el desarrollo organizacional ha influido dentro del ambiente interno como parte de la mejora continua de la cooperativa y por último se examinó si los servicios que brinda la cooperativa generan mayor o menor desembolso de los gastos corrientes que tienen influyan su competitividad.

Esta investigación fue factible de realizar pues contó con la participación de las personas que laboran en la cooperativa, tanto de colaboradores como directivos; quienes aportaron con información y conocimientos sobre el tema que se planteó para el estudio.

El estudio utilizó el método científico, porque permitió explorar el fenómeno de los gastos corrientes y relacionarlos con eventos, estudios previos, hechos y leyes que lo explican, para la obtención de la información se realizaron encuestas los colaboradores y entrevistas a los directivos de la cooperativa. La información que se obtuvo con esta técnica fue analizada, tabulada y mostrada en cuadros estadísticos.

Con los resultados del estudio se pudo dar cumplimiento a los objetivos y la hipótesis planteada, lo que mostró que los gastos corrientes tienen incidencia en la forma en el desarrollo organizacional y la actividad comercial en esta cooperativa.

Palabras clave: gastos corrientes, productividad, desarrollo organizacional, mejora continua, servicio, competitividad.

Summary

This work of qualification called: them expenses running of the cooperative of saving and credit trade Ltda. of the city of Portoviejo and its incidence in the development organizational. Period 2013-2015, was intending to meet running costs are measurable and observable impact on organizational development and commercial activity that is carried out this cooperative.

To achieve a directionality in the investigation raised a general objective which analysed current of Union expenses and credit trade Ltda. in the city of Portoviejo and its impact on the Organization for the period 2013-2015, development this overall objective was broken down into three specific objectives which were current expenses that could generate greater assets within the cooperative as part of continuous improvement of the cooperative and how they relate to your financial and commercial, then investigated how organizational development has affected within the internal as part of continuous improvement environment cooperative and finally discussed if the services provided by the cooperative generated more or less outlay current expenditure which have influence their competitiveness.

This research was feasible as it counted with the participation of people who work in the cooperative, both employees and managers; those who contributed with information and knowledge on the subject that is raised for the study.

He study used the method scientific because this allowed explore the phenomenon of them expenses and costs running and relate them with events, studies previous, made and laws that it explain, for the obtaining of the information is performed interviews to a shows of them contributors and managers of the cooperative. The information that is obtained with this technique was analyzed, tabulated and displayed in pictures statistical.

With them results of the study is could give compliance to them objectives and the hypothesis posed, which showed that the expenses current have incidence in the form in the development organizational and the activity commercial in this cooperative.

Keywords: current expenditure, productivity, organizational development, continuous improvement, service and competitiveness.

Introducción

Con respecto al desarrollo organizacional en las empresas hay que mencionar que está referido a los cambios que se establecen en el planeamiento de las organizaciones, centrados en la calidad de las relaciones humanas. Se debe plantear como un proceso dinámico, y continuo en donde se determinen los cambios planeados, partiendo de diagnósticos que muestren una situación realista en donde se utilicen estrategias, métodos y herramientas que permitan la optimización de las interacciones entre las personas que se encuentran dentro de las organizaciones.

Para realizar un cambio en el desarrollo organizacional en las empresas es necesario contar con una visión global de la misma, incluido los gastos corrientes, para tener un enfoque a los sistemas abiertos, tener compatibilidad con el entorno de la organización, un contrato directo y responsable por parte de los directivos y el desarrollo de las potencialidades de las personas, entre otras consideraciones.

El desarrollo organizacional en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda. de la ciudad de Portoviejo trae aparejado valores, procesos de adaptación, evolución, modificaciones de hábitos y de comportamientos, que se han conseguido utilizando o realizando ciertos gastos que permitan este desarrollo.

También tuvo que utilizar los enfoques de las ciencias de la conducta para la creación de un ambiente más abierto dentro de la organización tratando de mejorar la comunicación y brindando una solución a los problemas que puedan surgir entre los individuos o los grupos de personas.

El desarrollo organizacional ha mostrado ser una actividad en la cual intervienen todos los miembros de la cooperativa, teniendo como objetivo el mejoramiento del desempeño de esta organización a través de la creación de un mejor ambiente interno de la misma utilizando lo más eficientemente los gastos corrientes que han propiciado además del bienestar de los colaboradores, un mejor servicio al cliente.

Entre los valores que fomenta el desarrollo organizacional en la cooperativa estudiada se encuentran: el desarrollo del potencial humano, la valorización de las necesidades de los colaboradores, puntualización en la colaboración y no en la competencia, la creación de un ambiente laboral de confianza en donde se puedan expresar los sentimientos.

El desarrollo organizacional, en el ambiente interno de esta organización, permite que se puedan aprovechar mejor el talento humano, en donde además los mismos

colaboradores resolverán sus problemas y podrán aportar el valor agregado que toda empresa necesita tener.

Capítulo Uno

1. Tema

Los gastos corrientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda. de la ciudad de Portoviejo y su incidencia en el desarrollo organizacional. Periodo 2013 – 2015.

2. Planteamiento del problema

El desarrollo organizacional en las empresas, trata el análisis completo de la misma, de sus departamentos, sus productos y servicios, sus procesos, su infraestructura y sus recursos, tanto humanos y financieros, para hacer frente a las necesidades de los negocios de la empresa, tanto en el presente como en el futuro.

Con el objetivo de asegurar la efectividad y viabilidad de la actividad comercial-financiera de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ltda., la evaluación de todos los aspectos de su organización es esencial en un entorno empresarial cambiante donde todos estos aspectos varían y cambian con el tiempo y la parte fundamental del desarrollo organizacional es conducir los cambios en la cultura, estructura, formas de trabajar y de relacionarse para asegurar que la cooperativa responda cada vez mejor a su nuevo entorno.

El trabajo diario de los colaboradores en los distintos departamentos de esta cooperativa, debe asegurar que estén adecuados con las necesidades operativas de su actividad. Para eso se necesita que cada división, departamento, grupo de trabajo, etc., esté adecuadamente dotado de los recursos necesarios, económicos y otros, para hacer frente a las necesidades dentro de su entorno. Como parte de esto, se evalúan las carencias y las formas de cubrir estas carencias, en el contexto de los recursos disponibles de la empresa, para ello es necesario realizar gastos, que a la larga se vuelve beneficios para la organización en sí.

La cooperativa debe tener en cuenta que el desarrollo organizacional es un proceso que nunca termina, ya que son cambiantes las empresas, los procesos, los entornos (local, nacional e internacional), la tecnología y las formas de trabajar. Todo cambio impacta en el trabajo de la cooperativa y el desarrollo organizacional debe

medir estos impactos y responder a ellos dentro de la visión, los valores y la misión de la organización.

El desarrollo organizacional es parte fundamental de la gestión de la calidad en una empresa, cambio que es inevitable, y es una labor muy importante que, cuando no lo hace un departamento especializado de la empresa, lo hace el empresario, aunque no sepa que lo esté haciendo.

Delimitación del problema

- **Delimitación espacial**

Esta investigación se la realizó en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda. de la ciudad de Portoviejo, cantón Portoviejo, provincia de Manabí.

- **Delimitación temporal**

Este trabajo investigativo tuvo una duración de cuatro meses a partir de su aprobación por la comisión de revisión de la Escuela de Administración de Empresas de la Universidad Técnica de Manabí.

- **Formulación científica del problema de estudio**

¿Cómo inciden los gastos corrientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda. de la ciudad de Portoviejo, en el desarrollo organizacional?. Periodo 2013 – 2015

2.1. Antecedentes

El desarrollo organizacional, junto con el manejo adecuado de los gastos corrientes, sirve para que los administradores, tomadores de decisiones y personal en general lleguen a un estado de colaboración donde se aprovechan las fortalezas y se combinan los talentos para el logro de los objetivos de la organización. El cambio acelerado originado por un ambiente de globalización y las nuevas tendencias

económicas llaman a que el ser humano y su entorno se ajusten a un proceso de evolución que nunca antes se había requerido.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda. fue constituida el 29 de abril de 1985 en la ciudad de Portoviejo mediante Acuerdo Ministerial de la Dirección Nacional de Cooperativas del Ministerio de Bienestar Social; inicia sus actividades el 1 de julio del mismo año. Mediante Resolución de Superintendencia de Bancos en octubre 24 de 1985, se otorga la calificación para operar como una entidad de intermediación financiera autorizada.

Esta cooperativa es una entidad de derecho privado cuyo objetivo principal es la intermediación financiera, promoviendo la cooperación económica y social entre los socios, así como fomentar la educación, difundir y practicar los principios de cooperativismo. La idea surge en la mente de un hombre visionario como el Ec. Ecuador Loo Ponce (hoy fallecido), que junto a 14 socios promotores, realizan las gestiones para levantar una institución que cuide y promueva el ahorro.

Nacida ante la necesidad de brindar ayuda al comercio de la ciudad, la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda. abrió sus puertas un 01 de julio de 1985, con un capital de \$1.400.000 sucres. Esta cooperativa no presta servicios diferentes al resto de cooperativas o bancos, es decir que los servicios prestados son los mismos que los demás.

Trabajan con Seguros Pichincha, la cual es la que financia los desembolsos de las indemnizaciones, y presta el dinero para los servicios que brindan sobre las inversión y desarrollo de nuevos servicios, tienen un servicio que se llama comercio en línea la cual permite al usuario consultar saldos disponibles en su cuenta, llenar formularios para créditos, hacer transferencias interbancarias entre otras cosas.

Las inversiones en nuevos servicios es algo que lo determinan cada año al momento de realizar el presupuesto por lo cual se puede decir que no es frecuente, pero si tienen frecuencia de inversión cuando se trata del personal, equipos de oficina, seguridad, mantenimientos, etc. Se realizan estudio de satisfacción, lo hacen cada 6 meses mediante encuestas, llamadas telefónicas, etc.

Si se toman en cuenta las sugerencias de los clientes, se maneja un buzón de quejas que está ubicado en la matriz en la calle Chile y se lo abre cada mes, tomando en cuenta un 80% de dichas sugerencias, no se toman en cuenta un 100% por hay algunas que no tienen coherencia o no se apegan a la realidad de la cooperativa, también se toman en cuenta las sugerencias de los trabajadores en un 100% aunque

no siempre se la puede cumplir, se hace lo posible sin alejarse del presupuesto o de la realidad de cooperativa.

2.2. Justificación

Cuando están bien administrados y distribuidos, los gastos corrientes ayudan a mantener un equilibrio en la empresa e incrementan los ingresos de los accionistas, permiten implementar nuevos servicios y satisfacen las necesidades que tienen sus usuarios.

Esta investigación fue factible porque se contó con la participación de los colaboradores y autoridades de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda. de la ciudad de Portoviejo, quienes ayudaron con información y conocimientos relevantes sobre el tema. A continuación se detallan algunos aspectos importantes sobre los cuales se cimienta la justificación de esta investigación:

Interés personal.- El interés que impulsó a realizar esta investigación es de aplicar los conocimientos teóricos y prácticos obtenidos en los años de estudio por los autores, en la Escuela de Administración de Empresas y como requisito previo para obtener el título de Ingenieros Comerciales de la Universidad Técnica de Manabí.

Relevancia científica.- Esta investigación de tipo cuantitativa-cualitativa estuvo concebida como un estudio participativo de egresados – Universidad – Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda. El análisis de la relación entre las variables de esta investigación se ratificó con la teoría científica encontrada para el mismo.

Relevancia contemporánea.- Teniendo en cuenta los problemas observados en el medio financiero y en base a un análisis descriptivo, se trató de demostrar la relación entre los gastos corrientes y el desarrollo organizacional de esta cooperativa.

Relevancia humana.- Porque el ser humano es el elemento fundamental dentro de todo proceso de negocio, tanto el que labora en el sector financiero como el que recibe los beneficios o impactos del servicio/producto.

Beneficiarios.- Como beneficiarios directos de la investigación se pueden nombrar a los autores del estudio, la Escuela de Administración de Empresas de la Universidad Técnica de Manabí, la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda. con sus colaboradores y directivos, como beneficiarios indirectos a la Universidad

Técnica de Manabí, los usuarios de esta cooperativa y a la comunidad manabita en general.

2.3. Objetivos

2.3.1.- Objetivo general

- Analizar los gastos corrientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda. de la ciudad de Portoviejo y su incidencia en el desarrollo organizacional en el periodo 2013 - 2015.-

2.3.1. Objetivo específico

- Determinar los gastos corrientes que podrían generar mayores haberes dentro de la cooperativa y como se relacionan con su actividad financiera y comercial.
- Investigar de qué manera el desarrollo organizacional ha influido dentro del ambiente interno como parte de la mejora continua de la cooperativa.
- Examinar si los servicios que brinda la cooperativa generan mayor o menor desembolso de los gastos corrientes que influyan en su competitividad.

Capítulo Dos

3. Revisión de la Literatura y Desarrollo del Marco Teórico

3.1. Los gastos corrientes

Los gastos desde la óptica presupuestaria están constituidos por las adquisiciones de “bienes económicos” que realizan las personas o las instituciones para el cumplimiento de sus respectivos objetivos o fines; constituyen las compras de los insumos necesarios para el desarrollo de determinada función productiva, ya sea ésta de índole comercial, industrial, agropecuaria, minera, financiera, profesional, administrativa, etc. (Manual de Contabilidad Gubernamental, 2012, p.7).

La palabra gasto tiene dos acepciones básicas: la primera puede significar la suma de esfuerzos y recursos que se han invertido para producir algo útil. La segunda acepción se refiere a lo que se sacrifica o se desplaza en lugar de la cosa elegida: en este caso, equivale a lo que se renuncia o sacrifica con el objeto de obtener algo (UPA, 2009, p.8).

Son gastos administrativos todos los gastos que no son ni de producción, ni distribución, y los mismos se incurren en las áreas de responsabilidad que proveen supervisión y servicios a todas las funciones de la empresa. En virtud de que una gran partes de los gastos administrativos son más bien de carácter fijo que variable, persiste la idea de que no pueden controlarse. Aparte de ciertos sueldos de la alta administración, la mayoría de los gastos son fijados por decisiones de la gerencia (<http://www.buenastareas.com/ensayos>).

El tratamiento de fondos para los gastos corrientes, se refiere a analizar los fondos monetarios con los que cuenta la empresa para poder realizar cualquier operación sin problema, de acuerdo al plazo que requiera la organización, ya que tiene obligaciones a corto, mediano y largo plazo; también observa que las inversiones se realicen en los plazos que requiere o necesite la empresa, y así obtener el mayor rendimiento, disponibilidad y eficiencia en el desarrollo de las operaciones de la empresa a través del manejo del dinero (Robles, 2012, p.15).

Los gastos nacen como una de las variables clave para determinar la rentabilidad del negocio, es decir, la capacidad que tiene éste para generar utilidades. Entre más estrecha sea la distancia entre las ventas y los gastos, más margen de utilidad se

obtendrá. Estos también conforman la variable de productividad y eficiencia por excelencia, ya que entre menor sea el gasto, significa que se han empleado eficientemente los recursos de una entidad (Padilla, 2012, p.23).

Los elementos de los gastos son los sueldos y salarios, y los gastos indirectos, pero antes de conceptualizarlos, es necesario recordar su definición. El concepto de gasto puede significar, la suma de esfuerzos y recursos que se han invertido para mantener funcionando algo (Sánchez, 2012, p.65).

El nuevo entorno de los negocios, exige información más precisa sobre los gastos y la forma de actuar en cuanto a actividades, procesos, productos, servicios y clientes; todo esto, en busca de tomar decisiones para diseñar productos o servicios que satisfagan las expectativas de los clientes, detectar donde realizar mejoras, elegir proveedores, negociar precio, características, calidad y condiciones de entrega de los productos (López, 2012, p.90).

Ni la calidad total ni las modernas teorías de administración funcionarían si no se trabaja de la mano con una buena administración de los gastos corrientes, la cual se basa en la manera como se cuantifican los diferentes entes de la empresa, pues toda organización requiere de información confiable, oportuna y lo más exacta posible sobre sus actividades productivas, en función de una correcta toma de decisiones (Quintero, 2010, p.13).

Como se ha podido leer en este primer apartado del marco teórico, un gasto es un egreso o salida de dinero que está destinado a saldar una compra de un bien o pagar a un proveedor; o bien podría ser un desembolso causado por la administración de una empresa. En este caso de estudio, este gasto financia una actividad específica en beneficio de la cooperativa, pero se diferencia del costo porque queda consumido al instante.

Estos gastos corrientes permiten a la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda de Portoviejo mantener un flujo de trabajo tanto interno como externo, y con ello dedicarse a su rama de actividad financiera y comercial. En los términos expresados por la ley en el Ecuador, esta actividad comercial está vinculada a la comercialización, entendida ésta como el proceso cuyo objetivo es hacer llegar bienes y servicios desde el productor al consumidor. Es claro que el buen manejo de estos gastos corrientes en la cooperativa le ha permitido afianzarse en el mercado financiero de la ciudad de Portoviejo.

3.2. La actividad comercial o de negocios

Se denomina actividad comercial a la forma en que una empresa hace negocios con sus clientes, socios y proveedores; es decir, se trata del sistema de actividades específicas que la empresa focal o sus socios llevan a cabo para satisfacer las necesidades percibidas en el mercado; cómo esas actividades están relacionadas entre sí, y quién lleva a cabo esas actividades (Zott, 2009, p.20).

Las ideas empresariales, deben ser pensadas de acuerdo con las capacidades físicas, intelectuales, financieras y con las experiencias profesionales y empíricas, siempre tomando como referente el entorno, porque es ahí donde se generan y se presentan problemáticas y oportunidades; además la complejidad económica que se vive actualmente y la rapidez en los cambios y hábitos del entorno económico van dejando vacíos, cada vez más reducidos, a las personas que confían su futuro empresarial especialmente a la intuición o a la improvisación empresarial en relación a la actividad comercial que se desea desarrollar (Unad, 2011, p.11).

Durante la vida de la empresa, ésta puede aprovechar las oportunidades de negocio del mercado para obtener mayores beneficios dentro de su actividad comercial. Es en este momento cuando la empresa puede aumentar su tamaño, referido tanto a sus dimensiones como al aumento de la producción o de sus servicios. A este fenómeno se le conoce con el nombre de desarrollo empresarial (Montilla, 2011, p.19).

Toda empresa o negocio existe si obtiene beneficios de la actividad comercial que realiza. Sin beneficios la empresa pierde su capacidad de crecer y desarrollarse. Como organización debe competir con otras que realizan idénticos productos o servicios. Una empresa que no obtenga beneficios, a pesar de la buena voluntad de sus gestores, tiene que gestionar perfectamente sus recursos, tanto disponibles como obtenibles para alcanzar aquellos, tratando por todos los medios de conseguir un óptimo equilibrio entre los mismos (Rubio, 2010, p.7).

Las empresas en el presente siglo, deben ser auténticas líderes en su actividad comercial, mantenerse abierta al conocimiento e integrales, para presentar un elemento de liderazgo en la capacidad de influir al mercado, sociedad y entorno, para la influencia de sí mismo desde el interior de ella (Hernández, 2011, p.40).

Para lograr que una organización empresarial sea exitosa debe partir de una idea innovadora y creativa, pero sobre todo debe analizar que en el mercado tenga un

impacto positivo su actividad comercial, las mejores oportunidades para crear nuevos negocios se encuentran en nichos existentes con necesidades insatisfechas. Todo negocio requiere un tiempo adecuado para posicionarse en el mercado y lograr los resultados esperados. La meta, es lograr identificar un segmento particular insatisfecho y formular un plan para hacer realidad la idea de negocio (Unad, 2011, p.14).

La capacidad de aprendizaje organizacional se debe caracterizar, estableciendo qué es lo que conocemos nosotros, dónde está ese conocimiento, cómo lo podemos utilizar y mejorar de esta forma nuestra productividad. Cuáles son los aspectos que se deben tener en cuenta en el aprendizaje organizacional, qué tan desarrollado está conceptualmente y operativamente el aprendizaje en estas organizaciones y determinar cómo influyen sobre los resultados de la organización en su actividad comercial (Garzón, 2010, p.242).

La idea para la actividad comercial o empresarial nace de las necesidades que se presentan en el entorno; por tal razón requiere de un análisis de todas las variables y recursos que pueden influir al momento de la elaboración de un proyecto de empresa, por tanto es importante y necesario reconocer las potencialidades de la región y del entorno para así mismo identificar una idea empresarial innovadora enmarcada dentro de las políticas de desarrollo local, regional e internacional (Guevara, 2011, p.10).

Históricamente, las organizaciones empresariales fueron creadas como entidades destinadas a proporcionar bienes y servicios a los miembros de la sociedad. El afán de beneficio económico se estableció como el principal incentivo para la iniciativa de la actividad comercial o empresarial (Quintero, 2011, p.32).

En este apartado se habla de la actividad comercial o de negocios de una empresa, esta es la declaración del o los empresarios sobre los productos y servicios a comercializar en el medio, para el caso de la cooperativa, es una actividad financiera y comercial, entre estas actividades están: créditos de consumo como el anticipo de sueldo (es un crédito inmediato y a corto plazo dirigido a socios que reciben sus remuneraciones y pensiones mensuales en sus respectivas cuentas de la cooperativa), créditos de convenio (dirigido a socios con estabilidad laboral y que presten servicios en instituciones o empresas públicas o privadas y que estas hayan suscrito un convenio de crédito para trabajadores), Credisueldo (dirigido a socios en relación de dependencia que reciben en transferencia sus remuneraciones mensuales,

en sus respectivas cuentas de ahorros de la Cooperativa), crédito para vivienda (para la adquisición, construcción, reparación, remodelación y mejoramiento de la vivienda propia, con garantía hipotecaria), microcréditos (están orientados a solucionar necesidades de financiamiento de actividades en pequeña escala de producción, comercialización o servicios, cuya fuente principal de repago son los ingresos del negocio), créditos comerciales o Pymes (son créditos directos, otorgados a personas naturales o jurídicas, destinados a financiar diversas actividades productivas de comercialización, con ingresos por ventas directamente relacionados con la actividad productiva y/o de comercialización). También cuentas de ahorro y cuentas corrientes.

3.3. El desarrollo organizacional

Es importante señalar que el desarrollo organizacional es un proceso que se enfoca en la cultura y la estructura de la organización, se adecúa a las necesidades de la organización que la va a implementar, no es un mecanismo que hay que seguir o llevar paso a paso, no es un sustituto de una administración que opera de manera ineficiente, sino que se implementa de acuerdo con las condiciones de la organización (Pinto, 2012, p.22).

El proceso comercial conlleva la aplicación de un modelo de desarrollo organizacional que agrupe un conjunto de estrategias administrativas, sistematizadas para realizar un cambio planeado. Con la perspectiva de cambiar la cultura organizacional (comportamientos, creencias, mitos, valores) que tenga como meta convencer e involucrar al factor humano a laborar en equipos de trabajo comprometidos en la transformación de la organización, acordes a las necesidades del entorno y su posible impacto en procesos de evaluación y certificación (Sánchez, 2009, p.236).

La incorporación de la dimensión desarrollo organizacional en el debate de la Responsabilidad Social Empresarial, obedece a la secular búsqueda de la mejora continua de la organización y el incremento de la calidad de vida, tanto en la empresa (en la era moderna) como en la sociedad (en la era posmoderna), incorporando los múltiples mecanismos normativos y de procedimientos de reciente generación orientados a cerrar la brecha entre los procesos mecánicos y los procesos orgánicos en las organizaciones, entendiendo al primero como un paradigma orientado al

interés económico y al segundo como uno humanista/ecológico, atendiendo también las necesidades del planeta y de las personas (Moguel, 2012, p.3).

El desarrollo organizacional es un enfoque y una herramienta administrativa que busca crear una transformación a nivel personal, de equipo y de organización con el fin de lograr que las empresas puedan adaptarse con éxito al cambio, debe ser un esfuerzo planeado y administrado por la alta dirección con alcance al total de la organización, se argumenta que el desarrollo organizacional a través de la gestión del cambio como factor determinante en un proceso de innovación empresarial, la cultura organizacional lograda mediante una adecuada comunicación interna y la gestión del conocimiento concebida como la transferencia de conocimiento y experiencia a través de todos los miembros de la organización, la cual puede convertirse en un activo importante, son herramientas fundamentales que impactan positivamente en la competitividad de cualquier organización (Silva, 2014, p.3).

El desarrollo organizacional a nivel regional pretende dar respuesta a las exigencias de cambio que demanda el ambiente interior y exterior que afecta a las organizaciones. En este aspecto hay que resaltar la importancia de una efectiva comunicación entre la organización y todos los factores con los que interactúa (Balarezo, 2014, p.5).

En cuanto a la definición del desarrollo organizacional, a este se le considera que es una respuesta al cambio. Una compleja estrategia educacional que pretende modificar las creencias, actitudes, valores y estructura de las organizaciones. De tal manera que puedan adaptarse mejor a las nuevas tecnologías, los mercados y los diversos retos, incluyendo el mismo cambio vertiginoso (Escudero, 2014, p.3).

Cuando las organizaciones son exitosas, tienden a crecer o, como mínimo a sobrevivir, y clave para esto es el desarrollo organizacional. El crecimiento exige mayor complejidad en los recursos necesarios para ejecutar las operaciones, ya que aumenta el capital, se incrementa la tecnología, las actividades de apoyo, etc., además provoca el aumento del número de personas y genera la necesidad de intensificar la aplicación de conocimientos habilidades y destrezas indispensables para mantener la competitividad del negocio, así se garantiza que los recursos materiales, financieros y tecnológicos se utilicen con eficiencia, eficacia, y que las personas representen la diferencia competitiva que mantiene promueve el éxito organizacional: constituyen la competencia básica de la organización, su principal

ventaja competitiva en un mundo globalizado inestable, cambiante y competitivo en extremo (Chiavenato, 2012, p.3).

Una creencia básica entre los teóricos y practicantes del desarrollo organizacional que para que se logre el cambio eficaz y a largo plazo, los miembros de la organización deben crecer en la competencia para dominar sus propios destinos. Estimular el desarrollo individual es estimular su bienestar psicológico, su nivel de actualización profesional y sus habilidades; y siendo la organización un sistema abierto, ésta se ve influenciada por los subsistemas que la integran y la conforman como las personas. El desarrollo de una organización está intrínsecamente relacionado con el desarrollo de las personas (Circulo Tec, 2012, p.28).

El comportamiento organizacional, como un elemento del desarrollo organizacional, intenta explicar el comportamiento humano dentro de las organizaciones, utilizando para ello las teorías pertinentes. Muchas de estas teorías hacen referencia a problemas a los que se enfrentan regularmente los directivos en su trabajo, como la motivación de sus subordinados; el trazado eficiente de la dirección estratégica de la firma; la prestación de un impecable servicio al cliente; el entrenamiento y la integración de las tareas de equipos autodirigidos; la creación de sistemas de incentivos y de recompensas que reconozcan los logros personales dentro de un ambiente de culturas de gran desempeño laboral que dependen en gran medida de tecnologías digitales en las manos de equipos autodirigidos (Dailey, 2012, p.3).

El desarrollo organizacional es un esfuerzo incesante para hacer creíble, sostenible y funcional a la organización en el tiempo, es la visión interna del negocio y del tipo de estructura que se debe tener para cumplir con las metas establecidas, es una estrategia que le ha proporcionado importantes beneficios a diferentes empresas a nivel mundial, como en el caso de Bavaria, en donde el desarrollo organizacional ayudó a mejorar las comunicaciones y la planeación en todos los niveles (Pérez, 2012, p.14).

Las mejores prácticas para muchas de las organizaciones actuales incluyen una contratación muy selectiva, trabajo en equipo y toma de decisiones descentralizada, sueldos competitivos, capacitación amplia, distinciones de estatus mínimas, y flujo de la información entre los empleados y la gerencia; todo ello construido sobre una base que se apoya en las personas como la principal fuente de ventajas competitivas y en la cultura de administración que abraza dicha creencia, un hecho que se produce gracias al desarrollo organizacional (Dessler, 2012, p.12).

Este tercer apartado, muestra como en la actualidad las entidades financieras como es el caso de la cooperativa en estudio, no es la excepción; se están preocupando de aquellos factores que evitan o que fortalecen a la organización, de modo que sea más eficiente y que su desarrollo organizacional sea el adecuado. El entender y atender estos factores, le han dado a la cooperativa una ventaja competitiva muy importante, debido a que estos factores tiene gran influencia en el comportamiento de sus colaboradores. El ambiente interno organizacional de la cooperativa se puede catalogar como muy buena, es verdad que existen ciertos elementos que pueden ocasionar contratiempos y que son analizados más adelante, pero de igual manera también hay elementos que favorecen este proceso, con ello se ha alcanzado un aumento de productividad, sin perder de vista al talento humano. Se debe tener en cuenta que los colaboradores son el componente principal para alcanzar los objetivos de la empresa.

3.4. Clima laboral y organizacional

El clima organizacional actualmente ha adquirido una importancia vital y se le considera parte fundamental de la estrategia de una organización. Conocer el clima organizacional proporciona retroalimentación acerca de los procesos que determinan los comportamientos organizacionales y permite, además, introducir cambios planeados tanto en las actitudes y conductas de los miembros, como en la estructura organizacional (Juárez, 2012, p.307).

El clima organizacional repercute en las motivaciones y el comportamiento que tienen los miembros de una organización, su origen está en la sociología en donde el concepto de organización dentro de la teoría de las relaciones humanas, enfatiza la importancia del hombre en su función del trabajo por su participación en un sistema social. Las organizaciones están compuestas de personas que viven en ambientes complejos y dinámicos, lo que genera comportamientos diversos que influyen en el funcionamiento de los sistemas, que se organizan en grupos y colectividades, el resultado de esta interacción media en el ambiente que se respira en la organización (Segredo, 2013, p.386).

Se considera que se cuenta con un buen clima organizacional cuando los trabajadores desarrollan sus labores dentro en un medio ambiente interno favorable usando sus conocimientos y habilidades de una manera conveniente y oportuna, al no

ser así usualmente nos encontramos con un empleado insatisfecho con su trabajo aun que un mismo empleado puede estar satisfecho con algunos puntos en su trabajo e insatisfecho con otras áreas haciendo imprescindible ubicar si existe una satisfacción completa o parcial (García, 2012, p.12).

El clima organizacional en la actualidad es de interés para casi todas las empresas familiares, por su influencia en los procesos organizacionales y psicológicos como la comunicación, la toma de decisiones, la solución de problemas, el aprendizaje, la motivación y, por ende, su influencia en la eficiencia de la organización y en la satisfacción de sus miembros. Por ello, es necesario que éstas se encuentren en óptimas condiciones desde el interior de las mismas, en donde exista satisfacción de su personal, y que impacte en la productividad. Hoy en día, los dirigentes empresariales, han acrecentado su interés por establecer buenas interrelaciones bajo un clima organizacional que permita motivar al personal bajo su mando y así aumentar su desempeño, interés y satisfacción en el trabajo; es una ventaja para las organizaciones que el trabajador cuente con los elementos necesarios para desempeñarse adecuadamente, conservando y/o logrando la satisfacción, ya que los trabajadores satisfechos tienden a ser más cooperadores, adaptables y dispuestos al cambio (Peña, 2015, p.38).

El clima, junto con las estructuras, las características organizacionales y los individuos que la componen forman un sistema interdependiente altamente dinámico que tiene un impacto directo en los resultados de la organización; determina la forma en que un individuo percibe su trabajo, su desempeño, productividad y satisfacción. Los modelos de estudio de clima de las organizaciones nos plantean que existe una relación entre clima organizacional y productividad de la organización (Montenegro, 2012, p.30).

El clima, en la mayoría de las definiciones vistas, es una percepción de determinados atributos, llamados habitualmente dimensiones del clima. La percepción es de carácter multidimensional y puede abarcar diversas áreas: los aspectos individuales del individuo, los aspectos típicamente organizacionales y otros aspectos más. Esta posibilidad de medición es la que hace del clima organizacional una variable instrumental, que facilita la realización de acciones específicas (Pinto, 2012, p.4).

El clima organizacional es un factor básico en las apreciaciones que los trabajadores tienen de las estructuras y procesos que ocurren en el medio laboral, su

importancia radica en el hecho señalado por la evidencia científica, en la cual el comportamiento de un empleado es el resultado de las percepciones que tenga de los factores de la organización; las cuales van a depender, en gran medida, de las actividades, interacciones y otra serie de experiencias que cada miembro tenga con la organización (Giraldo, 2011, p.100).

La gerencia no debe olvidar que trata con seres humanos, individuos con aspiraciones, necesidades, logros, que no pueden ser ignoradas, se debe al contrario estar atento, proporcionar estímulos que permitan que el trabajador se sienta reconocido, no como un objeto más de producción, sino como alguien que aporta sus conocimientos, habilidades, de tal forma que se beneficien todos los que integran el equipo de trabajo que genera la productividad. El trabajador más satisfecho es aquel que satisface mayores necesidades psicológicas y sociales en su empleo y, por tanto, suele poner mayor dedicación a la tarea que realiza. Una elevada satisfacción de los empleados en el trabajo es algo que siempre desea la dirección de toda organización, porque tiende a relacionarse con los resultados positivos, con mayores índices de productividad, lo cual lleva al desarrollo empresarial (Fuentes, 2012, p.10).

El estudio del clima organizacional es importante para el campo de la administración debido a que proporciona un contexto para estudiar el comportamiento organizacional, puesto que influye tanto en comportamientos individuales como grupales como son la rotación de personal, la satisfacción laboral, el desempeño en el trabajo, la seguridad, la satisfacción del cliente, la calidad de servicio y los resultados financieros; es decir, afecta la habilidad de la organización para utilizar sus recursos técnicos y humanos (Machorro, 2012, p.30).

Las empresas deben considerar como un factor de competitividad el clima organizacional ya que es una inversión a largo plazo, dado que el recurso humano es vital para que una organización sea competitiva, en la actualidad es importante valorarlo y prestarle la atención debida. Un buen clima organizacional conlleva que el empleado genera un sentido de pertenencia, se presenta baja rotación de personal porque se sienten satisfechos, colaboran, son productivos, se adaptan rápidamente al cambio, existe compromiso y lealtad hacia la organización (Flores, 2015, p.26).

El clima laboral se relaciona estrechamente con el comportamiento de los empleados así como en su conducta, afectando directamente su comportamiento y por consecuencia su desempeño laboral. Es imprescindible implementar modelos para la evaluación del clima laboral dentro de las organizaciones puesto que gracias a

esto es posible detectar las causas de las diversas problemáticas internas y los motivos de la insatisfacción laboral, aunque no basta con reconocer dichas problemáticas si no que es necesario comenzar con planes de acción para revertir los inconvenientes y hacer que los empleados sientan que se encuentran en un buen ambiente organizacional, esto ayuda a la competitividad laboral ya que empleados satisfechos tienen un mayor desempeño y realizan trabajos de calidad, además de que disminuye el ausentismo, la rotación de personal y los empleados se sienten identificados con la empresa al verse involucrados en la toma de decisiones (García, 2012, p.20).

El clima organizacional se refiere al ambiente existente entre los miembros de la organización. Este clima organizacional está estrechamente ligado al desarrollo organizacional de cualquier empresa como la cooperativa, influyendo en el grado de motivación de los colaboradores e indicando de manera específica las propiedades motivacionales del ambiente organizacional. La cooperativa cuenta con un buen clima organizacional, es decir las relaciones interpersonales entre los integrantes son muy relajadas, y esto permite que los miembros de la cooperativa, cumplan a cabalidad con las necesidades de los usuarios y los objetivos de la empresa, esto debido a que los colaboradores, en cualquier nivel jerárquico, están bastante motivados, así que son más eficientes y trabajarán mejor.

3.5. Servicio al cliente

Actualmente en todos los mercados debido a la globalización existen unos factores fundamentales para el éxito de las organizaciones y es la calidad de sus productos o servicios que brinde. A nivel mundial existen unas tendencias de los clientes los cuales al pasar de los años se vuelven más exigentes con la calidad de lo que van adquirir, para esto se debe tener conciencia que es necesario la mejora de la calidad en forma sistemática para así lograr la satisfacción del cliente y obtener un buen rendimiento económico (Trujillo, 2012, p.24).

Si en las organizaciones, todos estuvieran conscientes que la calidad es un progreso que de alguna manera asegura la permanencia en el mercado e incrementa las utilidades, puede lograrse que todos conviertan a esta en un estilo de vida, que conlleva en familiarizarse y conocer a los clientes en sus gustos, comodidades,

preferencias y lo más importante poder obtener una opinión de ellos para lograr mejoras continuas en la empresa (Pérez, 2014, p.5).

Hoy por hoy, a pesar de la importancia que se le ha dado al tema, todavía nos encontramos con algunas empresas que no valoran la importancia de la calidad del servicio al cliente, empresas que enfocan todos sus esfuerzos en la producción y en la generación de dinero, esto no está mal, pero resulta que una empresa es un sistema complejo en el cual cada una de las partes debe funcionar perfectamente para llegar a cumplir un objetivo final y sin dudarle el objetivo debe ser agrandar al comprador, prestar un beneficio y por qué no, crear una necesidad (Talero, 2014, p.7).

La cultura de servicio al cliente debe dejar de ser un objetivo plasmado en el papel y convertirse en una práctica diaria en la cual el cliente es quien guía las decisiones trascendentales que se toman en la organización y para ello las nuevas tendencias y los avances en las áreas de mercadeo y publicidad se hacen más notables a la hora de buscar nuevas experiencias y de hacer que cada vez más los clientes se sientan no solo atraídos por una marca, una empresa, un producto o un servicio sino que sean capturados a través de los sentidos, el marketing sensorial se ha convertido en toda una experiencia vivencial que estimula al cliente a través de emociones precisando una relación estrecha con la marca (Caicedo, 2010, p.32).

Uno de los factores más importantes en cualquier organización es el manejo de los clientes esto implica más de lo que nos podemos imaginar no es solamente conseguir clientes, atenderlos y hacerles seguimiento a sus preferencias, gustos, prioridades, frecuencia de compra, poder adquisitivo, etc. Aquí el verdadero inconveniente que no permite una cultura de servicio eficaz y sostenible en el tiempo es la falta de involucramiento del personal de contacto para resolver situaciones conflictivas con los clientes, de una forma profesional y empática, que le permita agregar valor a la interacción cliente – organización (Martínez, 2013, p.3).

La calidad es una actitud y una forma de pensar, que se va transformando en una cultura, a partir de las ideas, los pensamientos y los sentimientos del capital intelectual de las organizaciones. Hoy en día, existe una creciente preocupación por lograr la satisfacción de las necesidades del cliente (Universidad Tec, 2012, p.4).

Se requiere de creatividad y sentido común; de una motivación inteligente que refleje en la capacidad para decidir lo mejor para el cliente y para la empresa en el lugar y momento precisos. Así se estará en la posibilidad no solo de cumplir con el

servicio ofrecido sino de exceder las expectativas de los clientes (Guerrero, 2012, p.25).

El servicio es el conjunto de actividades que se relacionan entre si y de actitudes que se diseñan para satisfacer las necesidades de los usuarios, el servicio viene del verbo servir que se encuentra el encontrarse a disposición del otro, también el servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a una o más necesidades de un cliente (Pérez, 2014, p.27).

La diferencia entre el servir y el proporcionar un servicio radica en que al servir un servicio el subordinado o empleado ejecuta el trabajo con cierto sentido de inferioridad; mientras que al proporcionar un servicio ofrece una solución a un problema o a la creación de un estado mental positivo para provecho y beneficio mutuo, con un nivel de calidad e interdependencia. Los clientes son cada día más exigentes y existe un sin número de negocios que ofrecen el mismo producto o servicio, por lo que el factor determinante para el cliente en su selección será la calidad del mismo (Universidad Tec, 2012, p.7).

La calidad de atención al cliente, es un proceso encaminado a la consecución de la satisfacción total de los requerimientos y necesidades de los mismos, así como también atraer cada vez un mayor número de clientes por medio de un posicionamiento, que lleve a éstos a realizar gratuitamente la publicidad persona a persona (Durán, 2013, p.93).

La calidad en el servicio al cliente es considerado como el aspecto más importante en el mundo de los negocios. Su finalidad es cumplir los requerimientos del cliente y garantizar que todas las actividades de la organización contribuyan a satisfacer sus necesidades. En empresas de productos tangibles, el servicio se considera un valor adicional y es la esencia en empresas de servicio. La calidad en el servicio depende de la actitud y aptitud del personal que trabaja en la empresa. Las motivaciones y políticas constituyen un aspecto relevante en la construcción y fortalecimiento de una cultura de servicio hacia los clientes (Castillo, 2012, p.11).

El servicio es muy valioso para las empresas que están presionadas por la competencia. En la actualidad las empresas de mayor éxito se centran en el servicio, no en el precio. Después de todo, la competencia en precios produce compradores, pero no necesariamente clientes. Cualquiera puede bajar sus precios. Pero, al dar a la clientela algo valioso, como tratarle de forma personalizada, individualizada, mostrando preocupación por sus intereses, hará con que los clientes muestren

disposición a pagar el precio que se les pida, así como la disposición de volver una y otra vez (Peresson, 2007, p.14).

En este apartado se habla del servicio al cliente, mejorar el servicio al cliente es un compromiso que toda empresa o negocio asume desde sus inicios. Es una declaración para decir que se está dispuesto a mejorar día a día y además es un mecanismo de defensa frente a la creciente competencia de empresas similares.

La cooperativa, en base a la capacitación y los incentivos, proveer un excelente servicio al cliente y ha aumentado la participación del cliente en las mejoras de la organización, estos dos aspectos, son parte de las estrategias de la cooperativa en el área de finanzas, con el fin de desarrollar y obtener una ventaja competitiva. La capacidad de la cooperativa en mantener un compromiso en la búsqueda del mejor servicio al cliente finalmente debe generar la lealtad del cliente hacia la empresa (sobre todo en los negocios que se centran en la atención directa). La cooperativa entiende que la atención efectiva, rápida e inteligente al cliente es el nuevo campo de competencia empresarial.

3.6. Posicionamiento y competitividad empresarial

El aumento en la competitividad deriva del uso eficiente de los recursos, por lo que las empresas recurren a varias vías para lograrlo, entre éstas; fomentar la creatividad e innovación, incrementar la motivación y participación del trabajador, formar y capacitar al elemento humano en el uso de la tecnología para facilitar el trabajo, realizar menos esfuerzo y producir más para mejorar los métodos de trabajo y hacerlos más eficientes (Fuentes, 2012, p.8).

La competitividad no se refiere solamente a la productividad total, sino al costo de oportunidad. En el comercio, una empresa tiene ventaja competitiva cuando el costo de oportunidad de producir un bien o dar un servicio es menor que el de sus competidores. Por lo general, el costo de oportunidad está asociado a la ventaja que produce el tener abundancia de un factor (Cabrera, 2011, p.2).

La conjunción de la tecnología y los negocios se obtiene la fuente de generación de innovaciones que generan valor a las empresas y por ende las hace más competitivas. Las empresas deben adoptar políticas de innovación donde la tecnología juega un papel muy importante en los diseños de los modelos de negocio,

que las convertirán en unidades económicas competitivas, ágiles y eficaces (Arméstar, 2011, p.9).

En las ventajas específicas de la empresa encontramos que existen varios factores determinantes para la competitividad a nivel de la empresa, basándose en la aplicación de buenas prácticas a lo largo de toda la cadena de valor agregado (desarrollo, adquisición y almacenaje, producción, comercialización). Por otra parte la competitividad de las empresas se fortalece a través de su integración a redes de corporación tecnológica (con otras empresas y con instituciones de investigación científica y tecnológica). Otro punto que debe tener en cuenta la empresa es la logística eficaz entre empresas las cuales constituyen un importante punto de partida para incrementar la eficiencia (Serrano, 2013, p.3).

No todos los conocimientos de la empresa presentan similar valor estratégico. Existe un conjunto de estos conocimientos, a los que llamaremos capacidades nucleares, que constituyen ventajas competitivas para una empresa, las cuales se distinguen de las capacidades suplementarias (agregan valor mas no son esenciales) y las habilitantes (bases mínimas para competir en el sector) (Veiga, 2011, p.76).

En el entorno actual, ser competitivo es una condición que determina el crecimiento y la permanencia de las empresas en los mercados globalizados y altamente rivalizados, por lo cual la búsqueda de la competitividad se convierte en un reto permanente al que se enfrentan las empresas. Para que una empresa llegue a ser competitiva, requiere de un largo y complejo proceso, donde se articulan las acciones, estrategias y ventajas competitivas que se desarrollan en sus diferentes procesos organizacionales y administrativos (Castaño, 2011, p.22).

Según el modelo de la competitividad sistémica, son los factores a nivel macro y meso los que favorecen la presencia en un territorio de los requisitos que llevan a una empresa a buscar la competitividad a través de la mejora de la productividad y la innovación. Estos requisitos son dos: que la empresa esté sometida a una presión competitiva por las empresas competidoras y que la empresa esté inserta en redes que le permitan aprovechar las externalidades, especialmente las relacionadas con la difusión de la innovación (Hernández, 2011, p.22).

Cuando se hace referencia al término competitividad, una empresa debe relacionar diversos factores que evalúan el grado de capacidad para responder a las necesidades actuales del mercado; términos como productividad, calidad, servicio e

imagen son factores que determinan la situación en su mercado (Chávez, 2011, p. 75).

La competitividad, de forma genérica, se refiere a la habilidad para mantener una posición destacada en determinados mercados y a la transformación de esta habilidad en un crecimiento tanto económico como social. Este concepto, utilizado con diferentes niveles de agregación, se puede aplicar a una empresa, a una industria, a una región, e incluso a un país. En todo caso, existe una cadena de efectos tal que la competitividad de una empresa revierte en la competitividad de la industria a la que pertenece que, a su vez, conforma la competitividad de esa zona. (Munuera, 2011, p.3).

El mundo organizacional se encuentra sujeto a continuos cambios, muchos de ellos representan grandes amenazas para las empresas, frente a ellas, cada compañía se ve en la necesidad de crear y desarrollar estrategias encaminadas a la obtención de ventajas competitivas que le permitan alcanzar, mantener y superar su posicionamiento dentro de su ámbito socio - económico. En la continua guerra de competitividad que se evidencia en el mercado actual, factores como el liderazgo, la cultura organizacional, el capital humano y la productividad, desempeñan un papel importante y decisivo dentro de la competitividad de una empresa (Cantillo, 2011, p.1).

Como punto de inicio podemos decir que los recursos y capacidades y las competencias esenciales de la empresa están casi siempre relacionados con el desarrollo de una ventaja competitiva sostenible por parte de las empresas que las dominan, desarrollan y renuevan constantemente. Más aún, la detección y desarrollo de las competencias esenciales debe surgir, no del ingenio del empresario, sino de un ejercicio formal de dirección estratégica que debe llevarse a cabo en conjunción con todo el personal de la empresa (Baños, 2011, p.15).

En los contextos actuales, la concepción solamente desde la productividad, presenta una mirada estrecha, por tanto, el concepto se ha ampliado y hoy involucra elementos que van más allá de que la empresa sea productiva, inclusive conceptos como innovación y calidad tomar mayor relevancia al momento de hablar de una empresa competitiva (Castaño, 2011, pág.34).

El trabajador más satisfecho es aquel que satisface mayores necesidades psicológicas y sociales en su empleo y, por tanto, suele poner mayor dedicación a la tarea que realiza. Una elevada satisfacción de los empleados en el trabajo es algo que

siempre desea la dirección de toda organización, porque tiende a relacionarse con los resultados positivos, con mayores índices de productividad, lo cual lleva al desarrollo y competitividad empresarial (Fuentes, 2012, p.10).

El personal tiene la capacidad de contribuir a la ventaja competitiva de una organización, gracias a que sus conocimientos, experiencias, capacidades y actitudes pueden orientarse a que las actividades que ejercen en su lugar de trabajo, sean eficientes y productivas. La tarea aquí es que en las herramientas y decisiones que elija la empresa para obtener dicha ventaja, se debe considerar la importancia de gestionar a sus colaboradores, quienes que le darán un valor agregado a las tareas que se emprendan (Chávez, 2011, p.79).

Para mantener su posicionamiento competitivo, las empresas deben convertir el conocimiento esencial de la plantilla y el derivado de sus relaciones con otros agentes (accionistas, proveedores y clientela, entre otros) en conocimiento propiedad de la empresa. Es decir, la empresa deberá transformar su capital humano y su capital relacional esencial en conocimiento insertado en las estructuras y procesos organizativos, es decir, en capital estructural. (Emakunde, 2012, p.27).

En cuanto a los recursos de marketing como factor competitivo, se verifica igualmente que las empresas que cuentan con una buena reputación, un sistema de información de marketing adecuado y unas políticas de comunicación, distribución y ventas más eficaces que las de sus rivales confían más en la diferenciación como estrategia competitiva (Rodríguez, 2011, p.125).

Respecto a la estrategia de comercialización como factor explicativo del posicionamiento competitivo, se encuentra que las firmas relativamente mejor posicionadas han desarrollado, en su totalidad, franquicias, e incorporado herramientas más sofisticadas de comercialización que implican el desarrollo de un sistema de normalización y sistematización de rutinas, plasmadas en manuales de procedimientos (Lisoras, 2012, p.38).

Una empresa en la búsqueda de la competitividad, puede desempeñarse mejor que sus rivales sólo si es capaz de establecer una diferencia que pueda mantener. Debe entregar mayor valor a los clientes o bien crear un valor comparable a menor costo, o ambas cosas. Lo que sigue es cuestión de la aritmética de la rentabilidad superior: entregar mayor valor permite a una empresa cobrar mayores precios unitarios promedio, en tanto que una mayor eficiencia da como resultado costos unitarios promedio más bajos (Porter, 2011, p.101).

El posicionamiento y la competitividad son dos conceptos estrechamente relacionados en el mundo de los negocios, en el caso de la cooperativa, el mercado de las finanzas. El posicionamiento que la cooperativa tiene, se produce a nivel perceptivo en el consumidor o cliente, y ha favorecido a la marca de la empresa; dependiendo de la pertinencia, sentido estratégico y la entrega de valor asociada a los servicios de la entidad. En tal sentido, medir el posicionamiento de la cooperativa es un aspecto ineludible en la evaluación del proceso de gestión competitiva, de tal modo que fortalecerá aquellos aspectos que le están ayudando a mantenerse posicionada y eliminará o mejorará aquellos que están cumpliendo con esta meta.

Capítulo Tres

4. Visualización del alcance del estudio

4.1. Tipo de investigación

La investigación es un procedimiento sistemático, crítico, reflexivo y controlado que le da al investigador la posibilidad de descubrir nuevos datos, hechos, leyes o relaciones en cualquier campo del conocimiento.

<http://www.tiposde.org/general/484-tipos-de-investigacion/>

La investigación realizada se caracteriza por ser:

No experimental.- Porque se estudió la problemática tal como se presenta, sin que los investigadores trataran de influenciar alguna de las variables.

Participativa.- Porque permitió que todos los involucrados intervinieran lo que sirvió para conocer de la forma más objetiva y clara posible cuál es el nivel de incidencia de los gastos corrientes en el desarrollo organizacional de la cooperativa.

Bibliográfica: Porque se recopiló la información necesaria y adecuada para la elaboración del marco teórico, la misma que permitió el enriquecimiento técnico de este trabajo.

Analítica: Porque sirvió para hacer un análisis e interpretación de los resultados obtenidos.

Estadística: Porque permitió representar mediante cuadros y gráficos estadísticos los resultados obtenidos en la investigación.

5. Elaboración de hipótesis y definición de variables

5.1. Hipótesis del estudio

Para este estudio la hipótesis planteada dice: los gastos corrientes tienen incidencia en el desarrollo organizacional de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda de la ciudad de Portoviejo en el periodo 2013 – 2015.

5.2. Variables del estudio

Se pueden definir a las variables como todo aquello que se va a medir, controlar y estudiar en una investigación o estudio. La capacidad de poder medir, controlar o estudiar una variable viene dado por el hecho de que ella varía, y esa variación se puede observar, medir y estudiar. Por lo tanto, es importante, antes de iniciar una investigación, que se sepa cuáles son las variables que se desean medir y la manera en que se hará. Es decir, las variables deben ser susceptibles de medición. De este modo una variable es todo aquello que puede asumir diferentes valores, desde el punto de vista cuantitativo o cualitativo.

<http://www.rena.edu.ve/cuartaEtapa/metodologia/Tema6c.html>

a. Variable independiente

Es aquella propiedad de un fenómeno a la que se le va a evaluar su capacidad para influir, incidir o afectar a otras variables. De este modo, la variable independiente en un estudio se cree que está influyendo en la variable dependiente, el estudio correlacional se centra precisamente en esa relación.

<http://www.rena.edu.ve/cuartaEtapa/metodologia/Tema6c.html>

Para este estudio la variable independiente fue: Gastos corrientes.

b. Variable dependiente

Es el objeto o evento de estudio, sobre la cual se centra la investigación en general. También puede ser definida como los cambios sufridos por los sujetos como

consecuencia de la manipulación de la variable independiente por parte del experimentador.

<http://www.rena.edu.ve/cuartaEtapa/metodologia/Tema6c.html>

Para este estudio la variable dependiente fue: Desarrollo organizacional.

5.3. Operacionalización de las variables de estudio

a. Variable Independiente: Gastos corrientes.

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas e instrumentos
Se entiende por gasto corriente la cantidad de dinero destinada al consumo, es decir, el pago de nóminas de los empleados, compra de bienes (todo el equipamiento y el material necesario) y aquellos servicios que se consideran imprescindibles para realizar las funciones	Gastos operativos	Servicios a los clientes Tecnología Evaluación de la productividad	¿Considera usted que la institución ha realizado las inversiones necesarias, para ofrecer mejor servicio a los clientes? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ¿Los gastos realizados en tecnología, les permite atender en mejor forma a los clientes? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ¿Conoce la forma en que está siendo evaluada su productividad laboral? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	Entrevistas mediante cuestionario estructurado a directivos y jefes de área y encuestas a los colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.

administrativas.		Pago a colaboradores ¿Se está remunerando el trabajo en forma equitativa y en base a la productividad? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	
		Aplicación de incentivos ¿Es suficiente el incentivo que se ofrece para que se mejore el esfuerzo por realizar mejor el trabajo en la cooperativa? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	

Elaborado por: Los autores de la tesis.

b. Variable Dependiente: Desarrollo organizacional.

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas e instrumentos
Trata sobre el desarrollo, funcionamiento y efectividad en las relaciones humanas dentro de una organización con un fin en común, se relaciona con el trabajo que hace la gerencia para que sus miembros se sientan parte de una causa creíble, sostenible y funcional.	Gestión del personal	Expectativas laborales Capacitación Perfil ocupacional	<p>¿Se están realizando los procesos necesarios para que se alcancen las expectativas laborales? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>¿Están realizando suficientes programas de capacitación para desarrollar mejor las actividades en la empresa? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p> <p>.....</p> <p>¿Tiene el perfil profesional idóneo para desempeñarse en su cargo? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p> <p>.....</p>	Entrevistas mediante cuestionario estructurado a directivos y jefes de área y encuestas a los colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.

Elaborado por: Los autores de la tesis.

6. Desarrollo del diseño de la investigación

6.1. Métodos

El método científico es un proceso destinado a explicar fenómenos, establecer relaciones entre los hechos y enunciar leyes que expliquen los fenómenos físicos del mundo y permitan obtener, con estos conocimientos, aplicaciones útiles al hombre. Toda investigación científica se somete siempre a una "prueba de la verdad" que consiste en que sus descubrimientos pueden ser comprobados, mediante experimentación, por cualquier persona y en cualquier lugar, y en que sus hipótesis son revisadas y cambiadas si no se cumplen.

http://newton.cnice.mec.es/materiales_didacticos/mcientifico/

Método científico.- Porque fue un proceso destinado a explicar el problema, establecer relaciones entre los hechos y enunciar leyes que expliquen la problemática y permitió obtener, con estos conocimientos, aplicaciones útiles para el caso.

Método analítico.- Porque fue necesario conocer la naturaleza del problema y del objeto que se estudió para comprender su esencia. Este método permitió conocer más del objeto de estudio, con lo cual se pudo explicar, hacer analogías y comprender mejor su comportamiento.

6.2. Técnicas

La técnica es indispensable en el proceso de la investigación científica, ya que integra la estructura por medio de la cual se organiza la investigación, La técnica pretende los siguientes objetivos: ordenar las etapas de la investigación, aportar instrumentos para manejar la información, llevar un control de los dato y orientar la obtención de conocimientos

<http://metodologia02.blogspot.com/p/tecnicas-de-la-investigacion.html>

Encuesta.- Esta técnica de recolección de datos estuvo dirigida a los colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda en la ciudad de Portoviejo.

Entrevista.- Esta técnica estuvo dirigida a los directivos y jefes de área de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda en la ciudad de Portoviejo.

7. Población del estudio

La población de la investigación es generalmente una gran colección de individuos u objetos que son el foco principal de una investigación científica. Las investigaciones se realizan en beneficio de la población. Sin embargo, debido a los grandes tamaños de las poblaciones, los investigadores a menudo no pueden probar a cada individuo de la población, ya que consume mucho dinero y tiempo. Por esta razón, los investigadores confían en las técnicas de muestreo.

<https://explorable.com/es/poblacion-de-la-investigacion>

La población que se utilizó en este estudio estuvo conformada por 70 colaboradores y 10 directivos y jefes de área de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda. Como es una población pequeña no fue necesario tomar una muestra sino que se utilizó la población completa.

8. Recolección de los datos

La recolección de datos se refiere al uso de una gran diversidad de técnicas y herramientas que pueden ser utilizadas por el investigador para desarrollar los sistemas de información, los cuales pueden ser la entrevistas, la encuesta, el cuestionario, la observación, el diagrama de flujo y el diccionario de datos. Todos estos instrumentos se aplicarán en un momento en particular, con la finalidad de buscar información que será útil a una investigación en común.

<http://data-collection-and-reports.blogspot.com/>

Para este estudio en particular, primero se realizó una recolección de información a través de las fuentes primarias, como las encuestas a los colaboradores y entrevistas a los directivos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda en la ciudad de Portoviejo, como fuentes secundarias se utilizaron libros, trabajos similares, ensayos, tesis, artículos científicos y páginas de internet, con lo que buscó el soporte teórico para la investigación.

Una vez recopilada toda la información necesaria, como segundo paso, se procedió a ordenar y a tabular esta información, luego se hizo el respectivo análisis, contrastando con la teoría de soporte, para poder establecer las conclusiones, recomendaciones, así como el nivel de cumplimiento y concordancia de los objetivos, los resultados esperados y los resultados logrados, también para observar si se cumplió con la hipótesis planteada para esta investigación.

Capítulo Cuatro

9. Análisis de los datos

9.1. Los gastos corrientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda de los años 2013 – 2015

a. Gastos corrientes del año 2013

A continuación presentamos los gastos corrientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda., generados en el período 2013-2015, información tomada de los balances publicados por la Superintendencia de Bancos y Seguros, para posteriormente analizar su evolución y los rubros que más se han incrementado.

Cuadro 1

Gastos corrientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.

Año 2013

Entidad	1129	
Nombre	Cooperativa Comercio	
Fecha balance	31-dic-13	
Código	Nombre de la cuenta	Saldo
45	GASTOS DE OPERACIÓN	
4501	Gastos de personal	1,945,591.59
450105	Remuneraciones mensuales	577,385.31
450110	Beneficios sociales	153,541.63
450120	Aportes al IESS	188,377.28
450125	Impuesto a la renta del personal	83,714.19
450130	Pensiones y jubilaciones	367,239.63
450135	Fondo de reserva IESS	82,810.18
450190	Otros	492,523.37
4502	Honorarios	306,163.94
450205	Directores	52,762.50
450210	Honorarios profesionales	253,401.44
4503	Servicios varios	195,421.32
450310	Capacitaciones	2,735.52
450315	Publicidad y propaganda	51,312.01
450320	Servicios básicos	24,851.38
450325	Seguros	37,117.28

450330	Arrendamientos	6,124.52
450390	Servicios comerciales	73,280.61
4504	Impuestos, contribuciones y multas	193,866.46
450410	Impuestos Municipales	8,998.95
450415	Aportes a la Superintendencia de Bancos y Seguros	23,763.60
450420	Aportes al COSEDE por prima fija	149,446.49
450421	Aportes al COSEDE por prima ajustada	7,122.12
450490	Impuestos y aportes para otros organismos e instituciones	4,535.30
4505	Depreciaciones	120,157.77
450515	Edificios	34,243.33
450525	Muebles, enseres y equipos de oficina	35,692.43
450530	Equipos de computación	42,416.49
450535	Unidades de transporte	7,805.53
4506	Amortizaciones	48,124.05
450625	Programas de computación	47,252.00
4507	Imprevistos, compensaciones	176,500.00
450705	Suministros diversos	44,331.10
450710	Donaciones	6,789.57
450715	Mantenimiento y reparaciones	28,013.83
450790	Otros	93,968.98
47	Otros gastos y pérdidas	53,450.45

Fuente: www.sbs.gob.ec

Cuadro 2
Gastos corrientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Año 2014

Entidad	1129	
Nombre	Cooperativa Comercio	
Fecha balance	31-dic-14	
Código	Nombre de la cuenta	Saldo
45	GASTOS DE OPERACIÓN	
4501	Gastos de personal	1,945,591.59
450105	Remuneraciones mensuales	577,385.31
450110	Beneficios sociales	153,541.63
450120	Aportes al IESS	188,377.28
450125	Impuesto a la renta del personal	83,714.19
450130	Pensiones y jubilaciones	367,239.63
450135	Fondo de reserva IESS	82,810.18
450190	Otros	492,523.37
4502	Honorarios	306,163.94

450205	Directores	52,762.50
450210	Honorarios profesionales	253,401.44
4503	Servicios varios	195,421.32
450310	Capacitaciones	2,982.59
450315	Publicidad y propaganda	50,120.05
450320	Servicios básicos	24,991.68
450325	Seguros	37,117.28
450330	Arrendamientos	6,124.52
450390	Servicios comerciales	75,600.69
4504	Impuestos, contribuciones y multas	189,140.50
450410	Impuestos Municipales	8,411.90
450415	Aportes a la Superintendencia de Bancos y Seguros	23,763.60
450420	Aportes al COSEDE por prima fija	149,446.49
450421	Aportes al COSEDE por prima ajustada	7,122.12
450490	Impuestos y aportes para otros organismos e instituciones	4,535.30
4505	Depreciaciones	120,157.77
450515	Edificios	34,243.33
450525	Muebles, enseres y equipos de oficina	35,692.43
450530	Equipos de computación	43,106.50
450535	Unidades de transporte	7,805.53
4506	Amortizaciones	48,124.05
450625	Programas de computación	49,455.56
4507	Imprevistos, compensaciones	178,330.82
450705	Suministros diversos	43,518.00
450710	Donaciones	6,009.02
450715	Mantenimiento y reparaciones	25,010.77
450790	Otros	93,968.98
47	Otros gastos y pérdidas	53,150.55

Fuente: www.sbs.gob.ec

Cuadro 3

Gastos corrientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.

Año 2015

Entidad	1129	
Nombre	Cooperativa Comercio	
Fecha balance	31-dic-15	
Código	Nombre de la cuenta	Saldo
45	GASTOS DE OPERACIÓN	
4501	Gastos de personal	1,945,591.59
450105	Remuneraciones mensuales	577,385.31
450110	Beneficios sociales	153,541.63

450120	Aportes al IESS	188,377.28
450125	Impuesto a la renta del personal	83,714.19
450130	Pensiones y jubilaciones	367,239.63
450135	Fondo de reserva IESS	82,810.18
450190	Otros	492,523.37
4502	Honorarios	306,163.94
450205	Directores	52,762.50
450210	Honorarios profesionales	253,401.44
4503	Servicios varios	195,421.32
450310	Capacitaciones	3,305.22
450315	Publicidad y propaganda	51,980.71
450320	Servicios básicos	25,101.30
450325	Seguros	37,117.28
450330	Arrendamientos	6,124.52
450390	Servicios comerciales	81,880.91
4504	Impuestos, contribuciones y multas	190,861.16
450410	Impuestos Municipales	8,988.00
450415	Aportes a la Superintendencia de Bancos y Seguros	23,763.60
450420	Aportes al COSEDE por prima fija	149,446.49
450421	Aportes al COSEDE por prima ajustada	7,122.12
450490	Impuestos y aportes para otros organismos e instituciones	4,535.30
4505	Depreciaciones	120,157.77
450515	Edificios	34,243.33
450525	Muebles, enseres y equipos de oficina	35,692.43
450530	Equipos de computación	45,060.94
450535	Unidades de transporte	7,805.53
4506	Amortizaciones	48,124.05
450625	Programas de computación	51,062.50
4507	Imprevistos, compensaciones	180,113.48
450705	Suministros diversos	44,998.60
450710	Donaciones	6,958.52
450715	Mantenimiento y reparaciones	26,000.89
450790	Otros	93,968.98
47	Otros gastos y pérdidas	52,402.40

Fuente: www.sbs.gob.ec

Cuadro 4

Evolución de los gastos corrientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.

Período	Gastos corrientes	Tasa de variación
2013	Remuneraciones..... \$577,305.31	-
	Capacitaciones\$2,735.32	-
	Servicios comerciales\$73,280.61	-
	Programas computación\$47,252.00	-
	Equipos computación\$42,416.49	-
	Imprevistos y compensaciones..... \$176,500,00	-
2014	Remuneraciones\$577,305.31	-
	Capacitaciones\$2,982.59	9,04
	Servicios comerciales.....\$75,600.69	3,17
	Programas computación.....\$49,455.56	4,66
	Equipos computación.....\$43,106.50	1,63
	Imprevistos y compensaciones.....178,330.82	1,04
2015	Remuneraciones..... \$577,305.31	-
	Capacitaciones.....\$3,305.22	10,82
	Servicios comerciales.....\$81,880.91	8,31
	Programas computación.....\$51,062.50	3,25
	Equipos computación.....\$45,060.94	4,53
	Imprevistos y compensaciones.....\$180,113.48	1,00

Elaborado por: Los autores de la tesis.

Análisis de la evolución de los gastos corrientes en el período 2013 - 2015

El cuadro No. 4 resume los principales rubros de gastos corrientes de la Cooperativa Comercio Ltda y la evolución de los mismos en el período de análisis. Resalta el hecho que en los tres años analizados, las remuneraciones se han mantenido constantes, pese a que se han registrado incrementos salariales de manera oficial, para compensar la pérdida del poder adquisitivo del dinero por efectos de la inflación.

Se puede observar que el rubro que mayor incremento porcentual registra es el de capacitaciones, que en el 2014 aumentó en el 9,04% y en el 2015 el incremento fue

del 10,82%. En esta cuenta se registran los gastos por concepto de nuevos aprendizajes, adiestramientos, seminarios y otros, que se imparten al talento humano. Esto demuestra que la cooperativa ha aumentado gastos en estas áreas sensibles, con la intención de aumentar la productividad y de mejorar el ambiente laboral interno. Hay que recordar que un funcionario satisfecho realiza mejor y con menos errores sus actividades, esto tiene a su vez, un efecto en la calidad del servicio y la imagen de la empresa en el medio comercial en que se ubica.

El rubro de servicios comerciales se incrementó en 3,17% en el 2014 y en 8,31% en el 2015. Los gastos ocasionados por la compra de programas y equipos de computación, también registran incrementos del orden del 4,66% y 1,63% en el 2014, y del 3,25% y 4,53%, en el 2015, respectivamente.

En lo que respecta a los gastos por concepto de imprevistos y compensaciones, su incremento está alrededor del 1%.

Estos rubros se han tomado en cuenta por cuanto tienen una relación directa con la mejora de los servicios y el desarrollo organizacional de la cooperativa. Los directivos de la cooperativa están claros en que para conseguir un buen desarrollo de la empresa se requiere encontrar un equilibrio entre la satisfacción de los empleados y la empresa. Para lograrlo, entienden que es necesario realizar ciertos gastos para desarrollar un buen clima organizacional, compromiso, cooperación y cohesión entre los colaboradores, y ver en el cambio y los imprevistos, una oportunidad de mejorar. También saben que es necesario que las metas sean claras, posibles de conseguir y compartidas, motivando a los trabajadores para alcanzarlas.

Al parecer, los directivos de la Cooperativa le apuestan a otros rubros que generan bienestar en los colaboradores y ayudan al desempeño empresarial y al desarrollo organizacional, por ello se observa que los gastos de capacitaciones, compensaciones, han aumentado con la finalidad de continuar mejorando la productividad de los colaboradores, siguiendo esa misma línea de pensamiento gerencial, se han aumentado también los rubros que tienen impacto positivo en el servicio al cliente como los servicios comerciales, los imprevistos, programas y equipos de computación, pues con ello se le da a agilidad y se mantiene la calidad del servicio.

9.2. Resultados de las encuestas realizadas a los colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.

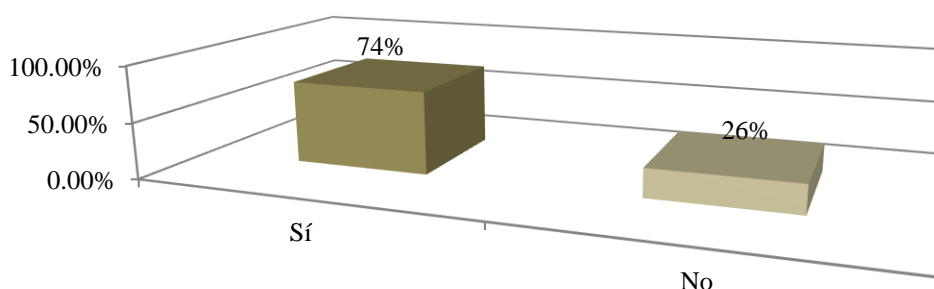
Pregunta Uno. ¿Considera usted que la institución ha realizado las inversiones necesarias, para ofrecer mejor servicio a los clientes?

Cuadro 5

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Sí	52	74%
No	18	26%
Total	70	100%

Fuente: Colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Elaborado por: Los autores de la tesis.

Gráfico Uno



Fuente: Colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Elaborado por: Los autores de la tesis.

A la pregunta que dice: si se han realizado las inversiones necesarias para ofrecer mejor servicio a los clientes, el 74% de los encuestados respondieron en forma positiva y 26% respondieron en forma negativa. Los encuestados consideran que no se trata de gestionar intangibles, sino de estudiar, identificar y comprender los puntos de interacción con el cliente y diseñar/mejorar el servicio para que éste sea lo más eficiente posible, relevante y adaptado a sus necesidades, a la vez que sólo se mantienen las actividades que realmente aportan valor. En caso de querer innovar y diseñar nuevos servicios, es básico hablar con el cliente, estudiarlo, preguntarle, observarlo, entender cómo se relaciona con los colaboradores y conseguir una sensación de co - propiedad del servicio que diseñado, porque no hay que olvidar, que el poder es del cliente, y como tal se le debe reconocer.

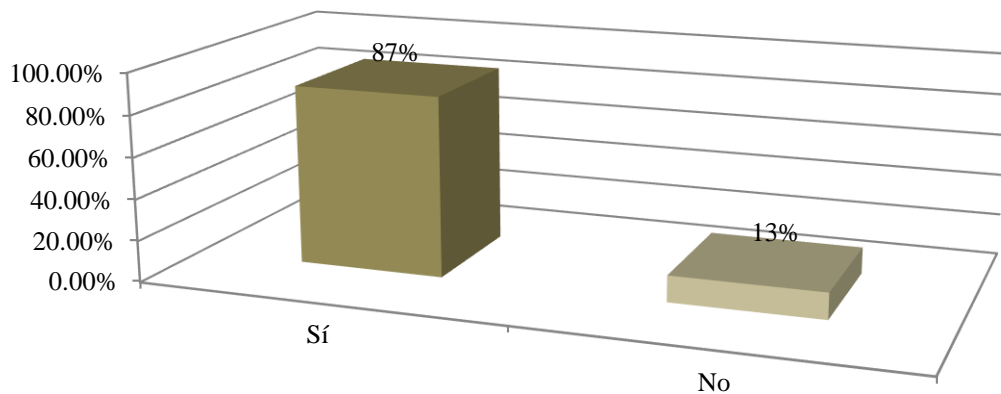
Pregunta Dos. ¿Los gastos realizados en tecnología, les permite atender en mejor forma a los clientes?

Cuadro 6

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Sí	61	87%
No	9	13%
Total	70	100%

Fuente: Colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Elaborado por: Los autores de la tesis.

Gráfico Dos



Fuente: Colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Elaborado por: Los autores de la tesis.

A la pregunta que dice: si los gastos que se han realizado en tecnología, les permita atender en mejor forma a los clientes, el 87% de los encuestados respondieron en forma positiva y el 13% respondieron en forma negativa. Los encuestados piensan que gracias a la tecnología, la cooperativa puede aprovechar diversos canales y herramientas para destacarse en su servicio, agilizar su información y captar mayor interés por parte de sus clientes, así como posicionar la empresa con una excelente percepción de servicio personalizado. Hay que recordar que la atención al cliente debe ajustarse a los canales que el cliente utiliza regularmente, así que es necesario ampliar y aprovechar de forma más asertiva la tecnología para incrementar las oportunidades de mercado y fidelización de clientes.

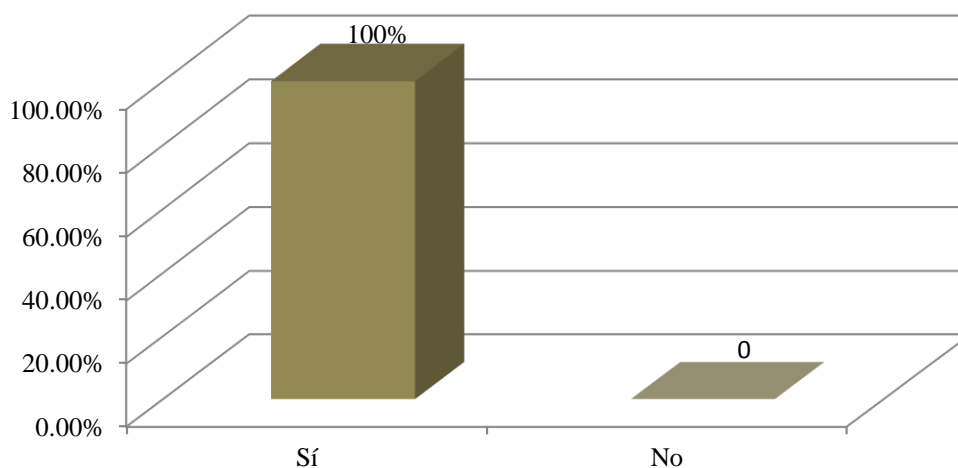
Pregunta Tres. ¿Conoce la forma en que está siendo evaluada su productividad laboral?

Cuadro 7

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Sí	70	100%
No	0	0
Total	70	100%

Fuente: Colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Elaborado por: Los autores de la tesis.

Gráfico Tres



Fuente: Colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Elaborado por: Los autores de la tesis.

A la pregunta que dice: si se conoce la forma en que está siendo evaluada su productividad laboral, el 100% de los encuestados respondieron en forma positiva. Dentro de la cooperativa, toda evaluación es un proceso para estimular o juzgar el valor, la excelencia o las cualidades de alguna persona en el desarrollo de sus actividades. En este caso, ayudará también a determinar si las cosas se están haciendo de la forma correcta para, en caso contrario, detectar a tiempo ineficiencias y corregirlas. Esta evaluación del rendimiento laboral puede entenderse en este ámbito, como el conjunto de actitudes y comportamiento laboral del colaborador en el desempeño de su cargo y cumplimiento de sus funciones en beneficio de la cooperativa. Esta evaluación del rendimiento constituye una fuente imprescindible de información que permite medir el éxito de la organización empresarial.

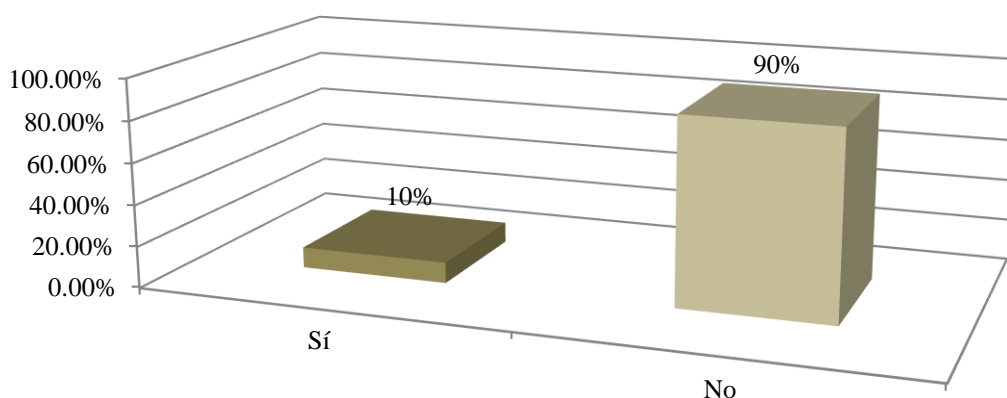
Pregunta Cuatro. ¿Se lo está remunerando en forma equitativa y en base a su productividad?

Cuadro 8

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Sí	7	10%
No	63	90%
Total	70	100%

Fuente: Colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Elaborado por: Los autores de la tesis.

Gráfico Cuatro



Fuente: Colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Elaborado por: Los autores de la tesis.

A la pregunta que dice: si se está remunerando en forma equitativa y en base a su productividad, el 90% de los encuestados respondieron negativamente y el 10% respondieron en forma positiva. Dentro del salario otorgado al empleado, debe existir un pago fijo que será entregado sin importar qué o cuánto haya hecho, y sumado a éste, se dará otra parte dependiendo de objetivos o logros alcanzados siempre y cuando el resultado haya sido favorable. Con esto se busca maximizar el costo laboral de la empresa, no disminuirlo. Lo que se intenta con esto es pagar al empleado de acuerdo al valor que genere dentro de la empresa, evitando crear síntomas de estrés o cansancio en un colaborador al sentir que no está cumpliendo con los objetivos trazados, cuando estos objetivos están fuera de su alcance.

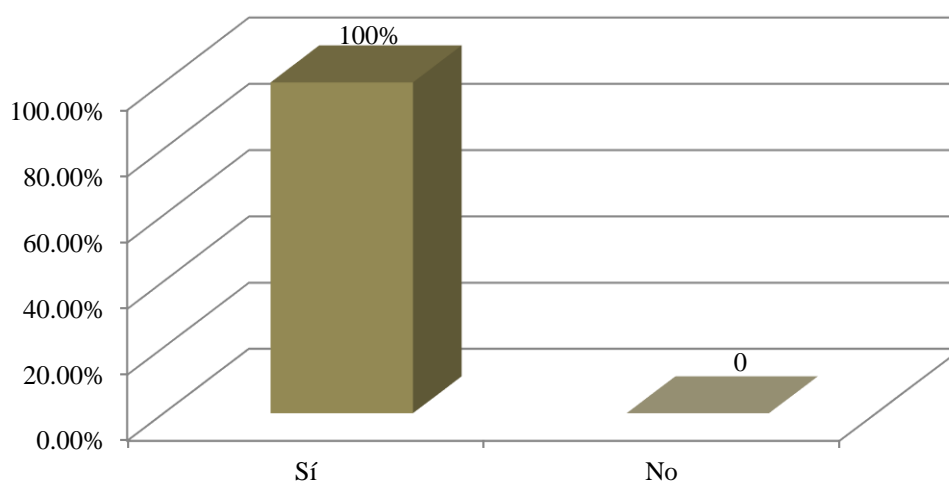
Pregunta Cinco. ¿Es suficiente el incentivo que se da en la cooperativa para que se esfuere por realizar mejor sus funciones?

Cuadro 9

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Sí	70	100%
No	0	0
Total	70	100%

Fuente: Colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Elaborado por: Los autores de la tesis.

Gráfico Cinco



Fuente: Colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Elaborado por: Los autores de la tesis.

A la pregunta que dice: si es suficiente el incentivo que se da en la cooperativa para que se esfuere por realizar mejor sus funciones, el 100% de los encuestados respondieron en forma positiva. El objetivo de los incentivos en la cooperativa, es motivar a los trabajadores para que su desempeño sea mayor en aquellas actividades realizadas, que quizá, no realizarían con los sistemas de compensación regulares, incentivos como el pago por hora, por antigüedad o ambos, viajes, etc. motivarlo a ser lo más productivo posible, retener el personal valioso, desalentar a los trabajadores indeseables de que permanezcan en la empresa, atraer el mejor talento humano disponible en el mercado, ahorrar cuanto sea posible, especialmente en lo referente a cargas sociales y gestión de algunos beneficios particulares, tales como seguros, pensiones, etc.

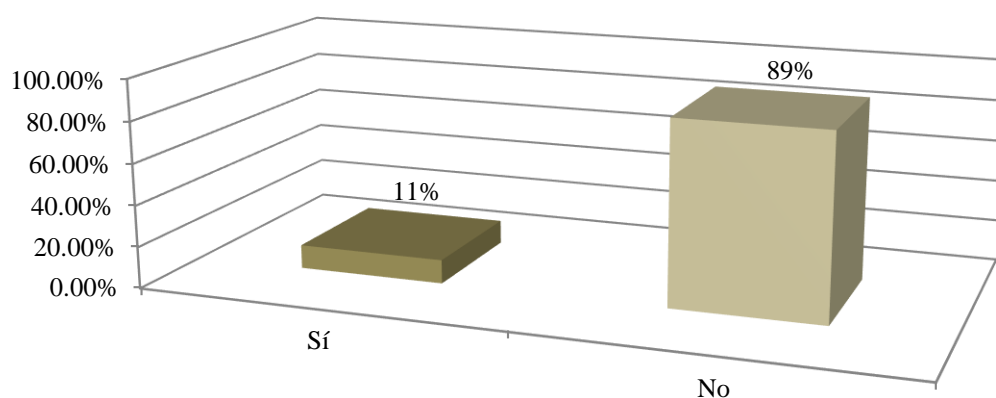
Pregunta Seis. ¿Se están realizando los procesos necesarios para que alcance sus expectativas laborales?

Cuadro 10

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Sí	8	11%
No	62	89%
Total	70	100%

Fuente: Colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Elaborado por: Los autores de la tesis.

Gráfico Seis



Fuente: Colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Elaborado por: Los autores de la tesis.

A la pregunta que dice: si se están realizando los procesos necesarios para que alcancen sus expectativas laborales, el 89% de los encuestados respondieron en forma negativa y el 11% respondieron en forma positiva. Este aspecto es otro factor importante que influye en la productividad laboral de los colaboradores de la cooperativa, por lo que hay que realizar un análisis de la percepción del cumplimiento de las expectativas laborales, incluyendo todas las compensaciones del puesto de trabajo en conjunto. De este modo, el colaborador no sólo tiene en consideración el salario para establecer el cumplimiento de las expectativas en la realidad, sino que también tiene en cuenta aspectos como las oportunidades de aprender, ascensos o el clima laboral del puesto de trabajo.

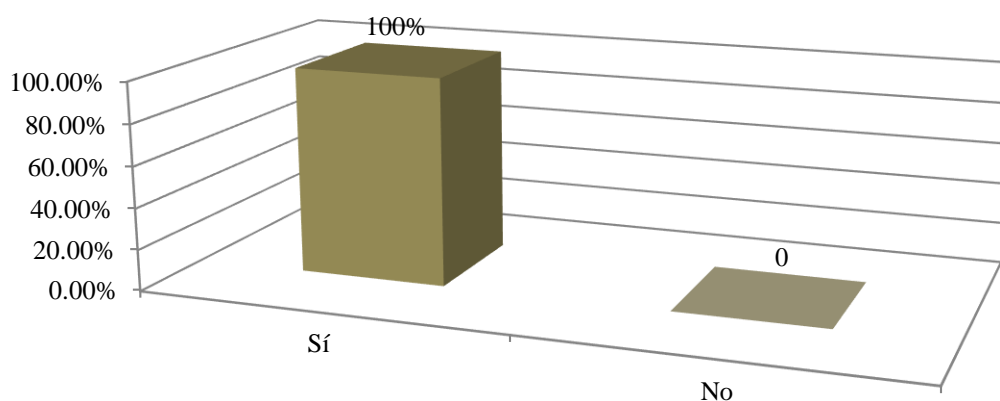
Pregunta Siete. ¿Se están realizando suficientes programas de capacitación para que realice mejor sus actividades?

Cuadro 11

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Sí	70	100%
No	0	0
Total	70	100%

Fuente: Colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Elaborado por: Los autores de la tesis.

Gráfico Siete



Fuente: Colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Elaborado por: Los autores de la tesis.

A la pregunta que dice: si se están realizando suficientes programas de capacitación para que realice mejor sus actividades, el 100% de los encuestados respondieron en forma positiva. Los programas de capacitación como aprendizaje continuo en la organización son un proceso sistemático para enseñar u optimizar las habilidades de los colaboradores en todos los niveles de la empresa, con ello se refuerza la productividad (la relación con entre los producido y los medios empleados), mientras menos medios se utilice se es más productivo. La relación entre la capacitación y la productividad es importante ya que mientras más capacitado este un colaborador mejor sabrá manejar los recursos con los que cuenta.

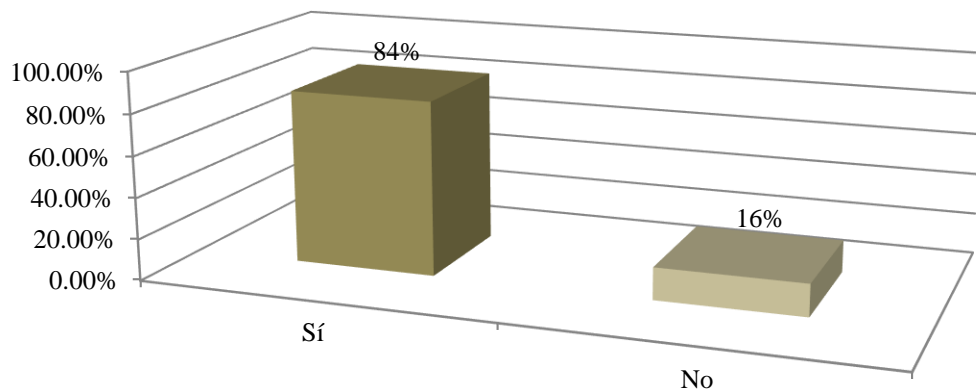
Pregunta Ocho. ¿Tiene el perfil profesional idóneo para desempeñarse en su cargo?

Cuadro 12

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Sí	59	84%
No	11	16%
Total	70	100%

Fuente: Colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Elaborado por: Los autores de la tesis.

Gráfico Ocho



Fuente: Colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Elaborado por: Los autores de la tesis.

A la pregunta que dice: si tiene el perfil profesional idóneo para desempeñarse en su cargo, el 84% de los encuestados respondieron en forma positiva y el 15% respondieron en forma negativa. El perfil profesional del colaborador es la recopilación de los requisitos y cualificaciones personales exigidos para el cumplimiento satisfactorio de las tareas dentro de la institución: nivel de estudios, experiencia, funciones del puesto, requisitos de instrucción y conocimientos, así como las aptitudes y características de personalidad requeridas. Además, el perfil profesional se ha convertido en una herramienta sumamente útil en la administración y plantación exitosa del Talento Humano de la empresa.

9.3. Entrevista a los directivos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.

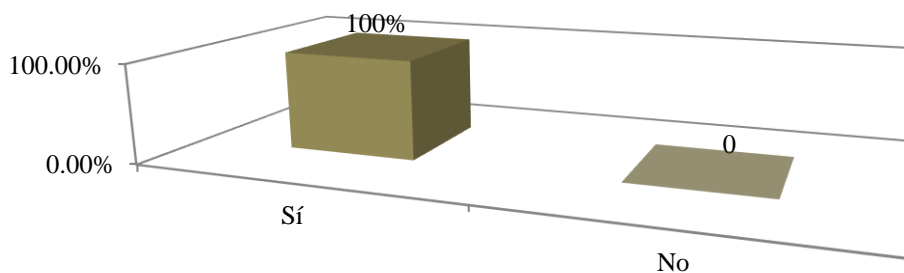
Pregunta Nueve. ¿Se ha invertido suficiente dinero para ofrecer mejor servicio a los clientes?

Cuadro 13

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Sí	10	100%
No	0	0
Total	10	100%

Fuente: Directivos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Elaborado por: Los autores de la tesis.

Gráfico Nueve



Fuente: Directivos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Elaborado por: Los autores de la tesis.

A la pregunta que dice: si se ha invertido suficiente dinero para ofrecer mejor servicio a los clientes, el 100% de los entrevistados respondieron en forma positiva. Guste o no, invertir para dar un mejor servicio resulta una obligación ineludible que no puede dejarse de lado si se pretende mantener la competitividad. Dar un buen servicio es un estándar mínimo que ya no conforma un elemento competitivo, en el actual marco de competencia, mantener la preferencia exige otorgarle más valor a los servicios ofrecidos dado que, de no lograrse, la capacidad de sobrevivir de la empresa se verá sustancialmente afectada. Este mayor valor se debe traducir en experiencias positivas para el cliente, y en esto juega la calidad en servicios. Las experiencias del consumidor resultan en que, cada vez que el cliente se contacta con la organización, el vínculo puede hacer mejorar o empobrecer la imagen y relación de este con la empresa.

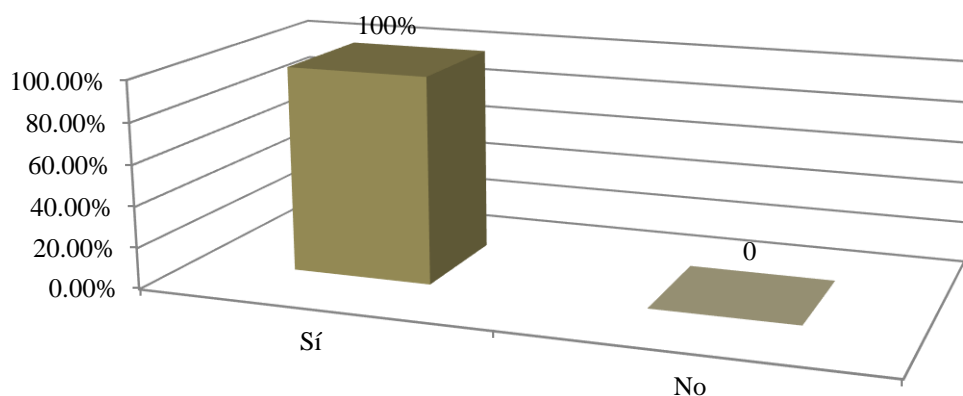
Pregunta Diez. ¿Se ha invertido suficiente dinero en tecnología que les permita a los colaboradores atender en mejor forma a los clientes?

Cuadro 14

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Sí	10	100%
No	0	0
Total	10	100%

Fuente: Directivos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Elaborado por: Los autores de la tesis.

Gráfico Diez



Fuente: Directivos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Elaborado por: Los autores de la tesis.

A la pregunta que dice: si se ha invertido suficiente dinero en tecnología que les permita a los colaboradores atender en mejor forma a los clientes, el 100% de los entrevistados respondieron en forma positiva. El servicio al cliente tiene ahora, con las nuevas tecnologías de la comunicación y la información, nuevas herramientas para gestionarse de manera más práctica y eficaz. Los medios digitales han permitido un nuevo nivel para relacionarse con los clientes, pero deben ser manejados de tal forma que siempre jueguen a favor de la organización, pues es muy fácil que también se puedan venir en contra. Las organizaciones que ya ofrecen múltiples canales de comunicación para la atención al cliente (teléfono, email, chat online o redes sociales), tiene más oportunidades de hacer negocios y son consideradas que el servicio que prestan es mejor.

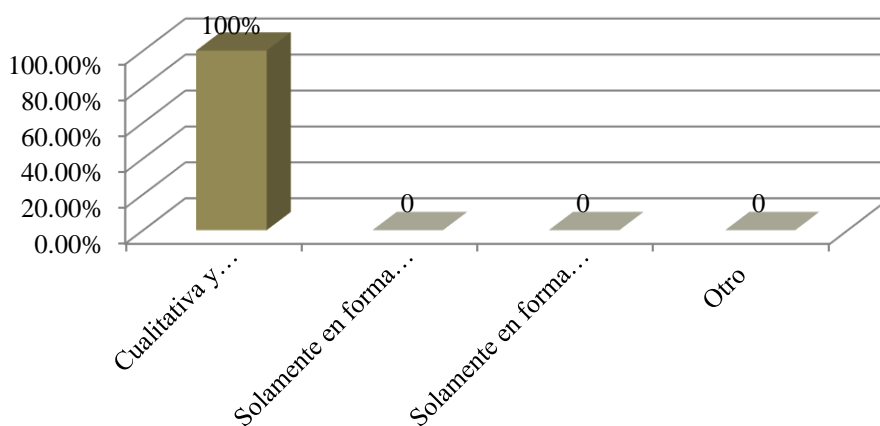
Pregunta Once. ¿Cómo se mide la productividad del personal que labora en la cooperativa?

Cuadro 15

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Cualitativa y cuantitativamente	10	100%
Solamente en forma cualitativa	0	0
Solamente en forma cuantitativa	0	0
Otro	0	0
Total	10	100%

Fuente: Directivos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Elaborado por: Los autores de la tesis.

Gráfico Once



Fuente: Directivos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Elaborado por: Los autores de la tesis.

A la pregunta que dice: la forma como se mide la productividad del personal que labora en la cooperativa, el 100% de los entrevistados respondieron en forma unánime, que en forma cualitativa y cuantitativa. La evaluación cuantitativa de los colaboradores refleja en resultados numéricos las labores realizadas, que permiten evaluar algunos parámetros como la cantidad de atenciones, recuperación de cartera, créditos otorgados, etc. La forma cualitativa, permite evaluar comportamientos (trato al cliente, disposición para ayudar, compañerismo, etc), y emitir un juicio. Sus resultados son la apreciación de la calidad, no se mide el cuánto sino el cómo, refleja la aplicación de los valores de la cooperativa.

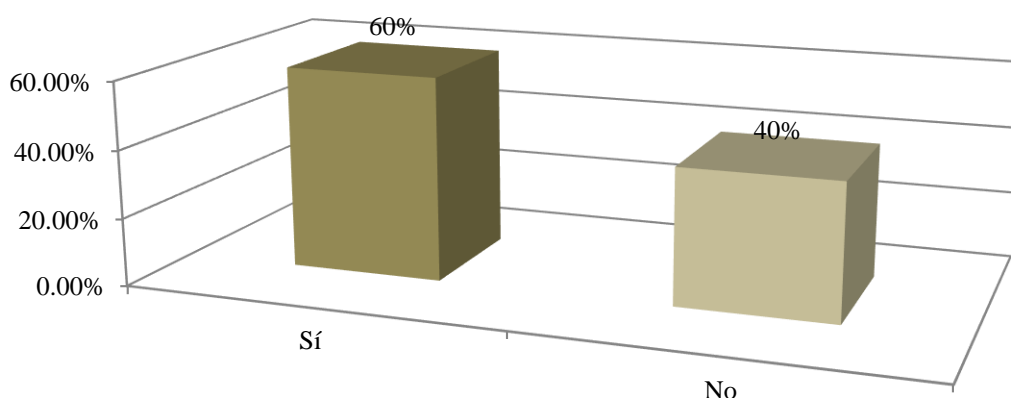
Pregunta Doce. ¿Se está remunerando en forma equitativa y en base a su productividad a los empleados?

Cuadro 16

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Sí	6	60%
No	4	40%
Total	10	100%

Fuente: Directivos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Elaborado por: Los autores de la tesis.

Gráfico Doce



Fuente: Directivos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Elaborado por: Los autores de la tesis.

A la pregunta que dice: si se está remunerando en forma equitativa y en base a su productividad a los empleados, el 60% de los entrevistados respondieron positivamente y el 40% respondieron negativamente. Para esto se debe realizar una evaluación más extensa de todos los logros conseguidos, así como los medios o recursos que se utilizaron para ello. Nunca debe dejarse al personal a la deriva, que haga su trabajo como mejor pueda, la empresa tiene que estar en permanente contacto con sus colaboradores y éstos sentirán que no están solos y que cumplirán sus metas a cabalidad. Tanto colaboradores como la empresa deben buscar los mejores métodos para que se incremente el salario que se va a recibir y la empresa se destaque por sus logros, su rendimiento, y el perfecto compromiso del personal que pueda ser palpable en toda la organización.

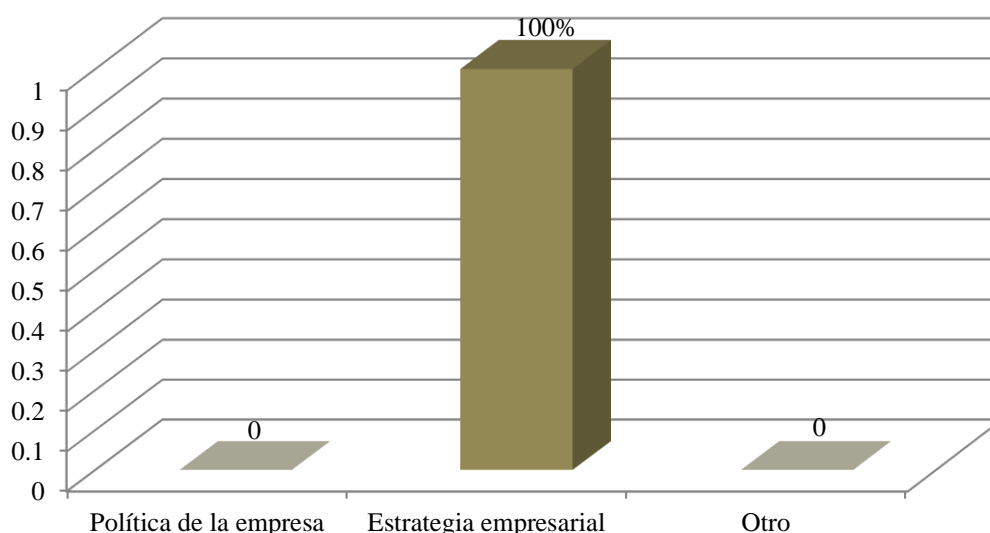
Pregunta Trece. ¿Por qué no se han incrementado los sueldos en los tres últimos períodos?

Cuadro 17

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Política de la empresa	0	0
Estrategia empresarial	10	100%
Otro	0	0
Total	10	100%

Fuente: Directivos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Elaborado por: Los autores de la tesis.

Gráfico Trece



Fuente: Directivos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Elaborado por: Los autores de la tesis.

A la pregunta que dice: por qué no se han incrementado los sueldos en los tres últimos períodos, el 100% de los entrevistados respondieron que es una estrategia empresarial. En el contexto local, se trata de que convivan posiciones operativas con salarios más bajos que quienes ocupan posiciones jerárquicas, por ello, mantener una estructura salarial competitiva es uno de los desafíos más importantes que la cooperativa está enfrentando en la gestión de su talento humano. Sin embargo, el mantener los sueldos sin variación e incrementar bonos e incentivos por rendimiento laboral, como estrategia, le ha permitido a la cooperativa pensar en la fidelización y retención de colaboradores, pues la clave es tener en cuenta el paquete total de beneficios y compensaciones que se ofrece y no solo el sueldo.

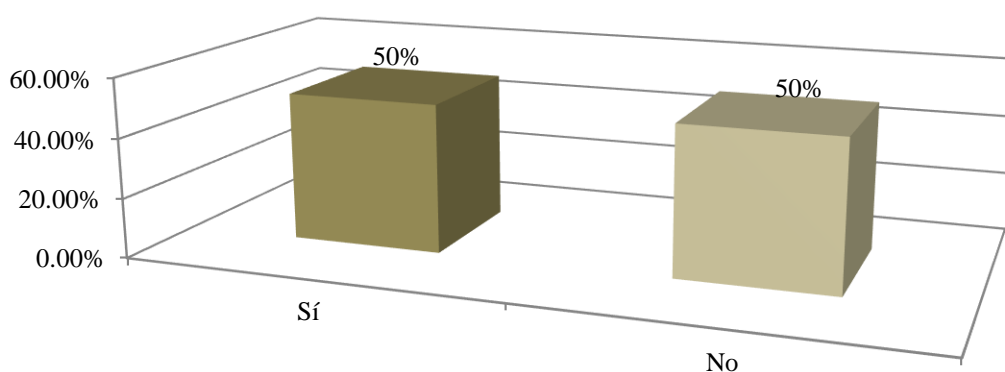
Pregunta Catorce. ¿Es suficiente el incentivo para que los colaboradores se esfuercen por realizar mejor sus funciones?

Cuadro 18

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Sí	5	50%
No	5	50%
Total	10	100%

Fuente: Directivos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Elaborado por: Los autores de la tesis.

Gráfico Catorce



Fuente: Directivos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Elaborado por: Los autores de la tesis.

A la pregunta que dice: si es suficiente el incentivo para que los colaboradores se esfuercen por realizar mejor sus funciones, el 50% de los entrevistados respondieron en forma positiva y el 50% respondieron en forma negativa. Si bien el sistema de incentivos no complace a todos, las incidencias de los incentivos en el trabajo han sido notables ya que a través de estos los directivos han obtenido los objetivos propuestos y al mismo tiempo incentivan a los colaboradores a incrementar sus rendimientos. Pero además los propio colaboradores obtienen sus beneficios ya sean estos económicos o no económicos y así de esta manera, estos se sienten realizados ya que por su esfuerzo se les está recompensando de una forma u otra. Ahora, lo importante es lograr que los incentivos sean balanceados de acuerdo a los resultados a corto y largo plazo, y no olvidar que correspondan a la realidad y las necesidades de los colaboradores.

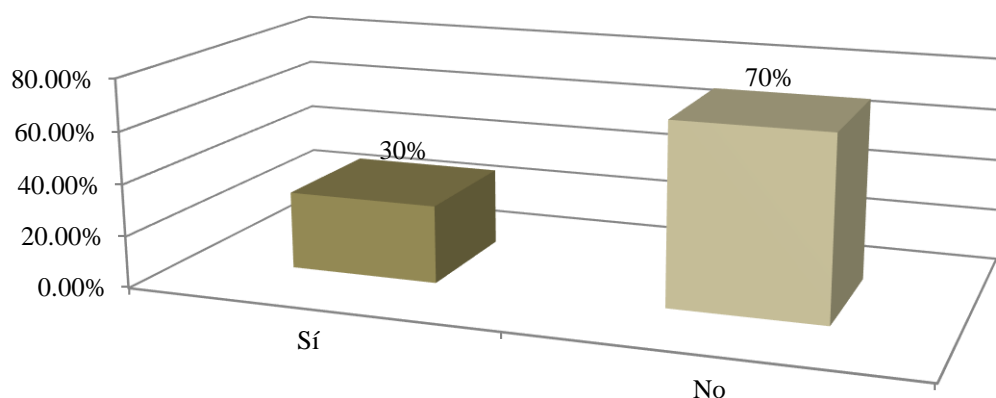
Pregunta Quince. ¿Se están realizando los procesos necesarios para que los colaboradores alcancen sus expectativas laborales?

Cuadro 19

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Sí	3	30%
No	7	70%
Total	10	100%

Fuente: Directivos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Elaborado por: Los autores de la tesis.

Gráfico Quince



Fuente: Directivos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Elaborado por: Los autores de la tesis.

A la pregunta que dice: si se están realizando los procesos necesarios para que los colaboradores alcancen sus expectativas laborales, el 70% de los entrevistados respondieron en forma negativa y el 30% respondieron en forma positiva. Todas las empresas establecen estándares y procedimientos y fomentan expectativas de los colaboradores, se han desarrollado estándares, procedimientos y expectativas razonables como la ruta más segura para mejorar el rendimiento del colaborador, generar utilidades y contribuir al progreso económico. Los estándares, procedimientos y expectativas establecidos ayudan a enfocar la energía de los colaboradores en alcanzar las metas y los objetivos de la empresa, hacen saber a los partícipes a qué pueden aspirar.

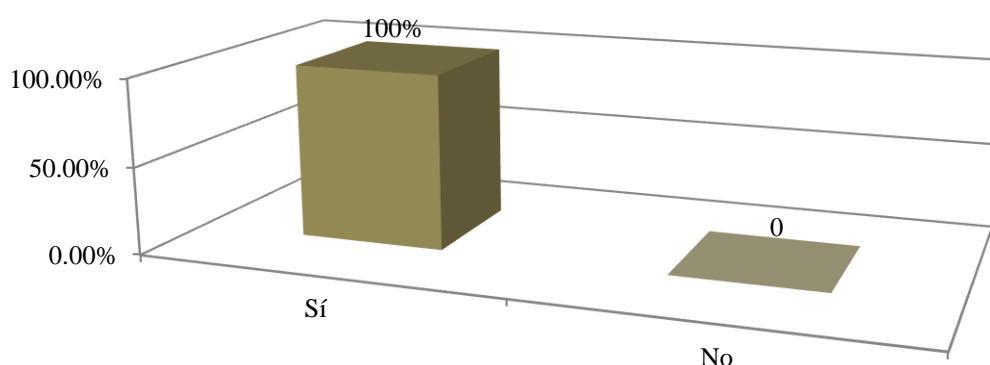
Pregunta Dieciséis. ¿Se están realizando suficientes programas de capacitación para que los colaboradores realicen mejor sus actividades?

Cuadro 20

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Sí	10	100%
No	0	0
Total	10	100%

Fuente: Directivos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Elaborado por: Los autores de la tesis.

Gráfico Dieciséis



Fuente: Directivos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Elaborado por: Los autores de la tesis.

A la pregunta que dice: si se están realizando suficientes programas de capacitación para que los colaboradores realicen mejor sus actividades, el 100% de los entrevistados respondieron en forma positiva. Si bien la productividad es lo que le da a las empresas la oportunidad de seguir en este mundo tan competitivo y demandante, la capacitación es un arma necesaria para lograrlo y sacar el mayor provecho a todas las habilidades de los colaboradores, la capacitación debe estar enfocada a transmitir los conocimientos necesarios, perfeccionar las destrezas tanto técnicas como administrativas, pero no solo eso, sino también a modificar las actitudes de los colaboradores, es decir a motivarlos y a integrarlos en la empresa para que sientan parte importante de ella y con esto influir de manera positiva en su productividad de manera personal y por lo tanto hacerlos más productivos para la empresa.

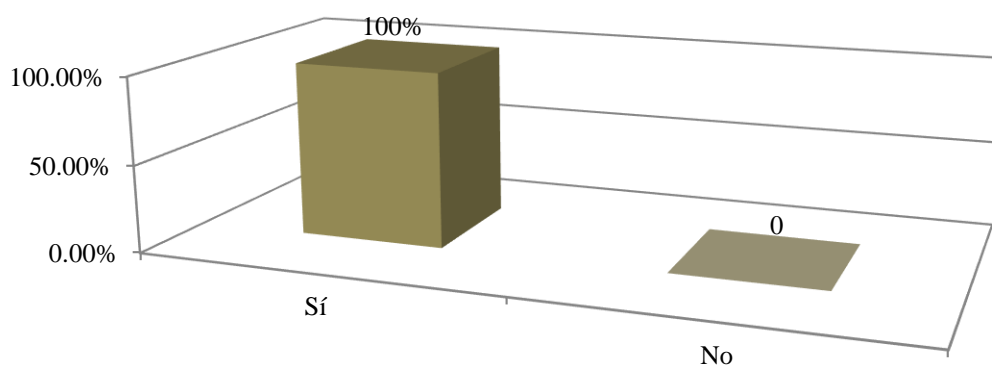
Pregunta Diecisiete. ¿Los funcionarios y colaboradores de la cooperativa tienen el perfil profesional para el cargo que ocupan en la actualidad?

Cuadro 21

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Sí	6	60%
No	4	40%
Total	10	100%

Fuente: Directivos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Elaborado por: Los autores de la tesis.

Gráfico Diecisiete



Fuente: Directivos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda.
Elaborado por: Los autores de la tesis.

A la pregunta que dice: si los funcionarios y colaboradores de la cooperativa tienen el perfil profesional para el cargo que ocupan en la actualidad, el 100% de los entrevistados respondieron en forma positiva. Los perfiles de puesto sirven para definir e identificar las funciones y actividades de cada colaborador según su cargo en la institución. Con ello, se logra definir claramente lo que la empresa espera del colaborador, de esta forma, se pueden desarrollar planes de capacitación, enfocados a fortalecer las áreas débiles de acuerdo al puesto que ocupa. La intención es que tras cumplir con el mencionado plan de capacitación, el colaborador haya logrado incrementar el desarrollo de las cualificaciones requeridas para desempeñar su puesto de manera óptima.

Capítulo Cinco

10. Elaboración del reporte de resultados

10.1. Conclusiones

a. La cooperativa, como organización, ha realizado suficientes gastos económicos para dar servicios con la mejor calidad posible, y sobre todo, que el cliente realmente necesite, pues consideran que atiborrar de servicios a los usuarios es un desperdicio de esfuerzo y se concentran en aquellos servicios, que aunque otras empresas también los tengan, ofrecerlos, pero de manera más ágil.

b. La tecnología utilizada en la cooperativa está acorde con los avances de esta rama de la ciencia en esta actividad comercial y de finanzas en particular, en este aspecto se está en una constante búsqueda de mejor tecnología para dar un mejor servicio al cliente y con ello ser más competitivos en el medio provincial.

c. La forma cuali – cuantitativa de medir y evaluar el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa se ajusta a la estrategia que como empresa maneja la cooperativa, pues ambas formas se complementan y dan un resultado lo más cercano a la realidad y evita la subjetividad.

d. La remuneración en la cooperativa se ha mantenido estático por períodos de tiempo como estrategia para mejorar la productividad de los colaboradores, basándose en la ley ecuatoriana para su sistema de compensación, esto se hace en base a indicadores de gestión que son utilizados como una medida de desempeño y en base a ello gratificar a los colaboradores, esto con miras a seguir mejorando el desarrollo organizacional y el ambiente interno (laboral y personal).

e. El sistema de incentivos dentro de la cooperativa, como una parte del desarrollo organizacional, está acorde con las estrategias de la cooperativa dentro de lo razonable para las aspiraciones del personal que labora ahí y la realidad de la empresa, recordando que la base del incentivo es motivar a que estos colaboradores realicen esfuerzos que no suelen estar contemplados en el salario, con lo que el rendimiento y la fidelización del colaborador es más alta.

f. Dentro de la cooperativa no existe un programa o sistema establecido, consensuado, que le permita a los subordinados cumplir con sus expectativas laborales y con ello incentivar más el desarrollo organizacional, aún se mantiene una

metodología para las promociones basada en la subjetividad, con lo que influye mucho la simple observación como una evaluación válida, esto en cierta forma afecta al ambiente interno de la organización.

g. Los programas de capacitación, como parte del desarrollo organizacional de la cooperativa, se están realizando en forma periódica en base a un estudio de las necesidades actualizadas de la empresa y del mercado, todas estas capacitaciones son técnicas y se están dejando de lado las que favorecen el fortalecimiento de las relaciones personales y del clima laboral, aspecto que debe ser tomados en cuenta para un mejor ambiente interno.

h. La mayoría de los colaboradores están ubicados en puestos acordes a su capacidad técnica, sus conocimientos, su experiencia laboral, con lo que busca conseguir la mayor eficiencia en la actividad que la entidad desarrolla, sin duda, esto favorece la calidad del servicio ofertado.

10.2. Recomendaciones

a. Es importante establecer dentro de la cooperativa, una metodología que permita a los colaboradores poder cumplir con sus expectativas laborales, promociones y ascensos, es decir la posibilidad de poder lograr un objetivo o cualquier otro tipo de conquista en su vida laboral, tanto en lo que respecta al ambiente interno de trabajo como a su bienestar personal.

Hay que recordar que los seres humanos desean obtener de su trabajo algo más que sólo dinero o logros tangibles, también necesitan satisfacer necesidades de trato y reconocimiento personal de su conducta y desempeño laboral.

b. La capacitación en áreas técnicas brindadas por la cooperativa, ayuda en la mejora de la productividad, aumenta la rentabilidad de la organización, brinda soluciones, ayuda a prevenir incidentes de trabajo y facilita que los colaboradores se identifiquen con la organización, para poder tener mejor estabilidad y flexibilidad entre los distintos departamentos de la misma.

Pero, es recomendable, que también se debe incluir capacitación en áreas humanísticas para mejorar la comunicación entre el personal, y con esto el clima de trabajo y el desarrollo organizacional, para que los colaboradores puedan desarrollar más sus habilidades.

10.3. Cumplimiento de objetivos del estudio

Cuadro Veintiuno

Objetivo General		
<p>Analizar los gastos corrientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio limitada de la ciudad de Portoviejo y su incidencia en el desarrollo organizacional en el periodo 2013 - 2015.</p>		
Objetivos Específicos	Resultados Esperados	Resultados Logrados
<p>1. Determinar los gastos corrientes que podrían generar mayores haberes dentro de la cooperativa y como se relacionan con su actividad financiera y comercial.</p>	<p>1. Con la determinación de los gastos corrientes de los años 2013, 2014 y 2015, que podrían generar mayores haberes dentro de la cooperativa, permite conocer específicamente, cuáles de estos gastos tiene mayor efecto en su actividad financiera y comercial.</p>	<p>Este primer objetivo se cumplió con la información obtenida de los balances, la tasa de variación y el análisis correspondiente a los años de estudio (p.50 - 55), además del soporte teórico que hace referencia a los gastos corrientes (p.23) y la actividad financiera o de negocios (p.25). Se mostró como ciertos gastos corrientes tienen una influencia específica en el desarrollo de la actividad financiera y comercial de la cooperativa, para que las mismas sean los más eficientes posibles. Para ello se observó cómo han ido evolucionando dichos gastos.</p>
<p>2. Investigar de qué</p>	<p>2. Al investigar la manera</p>	<p>Este segundo objetivo se</p>

<p>manera el desarrollo organizacional ha influido dentro del ambiente interno como parte de la mejora continua de la cooperativa.</p>	<p>en que el desarrollo organizacional ha influido dentro del ambiente interno de la cooperativa, permitió comprender como este factor ha ayudado a la mejora continua en sus servicios.</p>	<p>cumplió con las preguntas tres, cuatro, cinco y seis, realizadas a colaboradores y autoridades de la cooperativa, teniendo como soporte teórico argumentación sobre desarrollo organizacional (p.27) y el clima laboral y organizacional (p.30). Aquí se mostró como el manejo del desarrollo organizacional ha fomentado el clima y la cultura organizacional positivas dentro de la empresa, estos son elementos estrechamente ligados, lograr que estos dos factores guarden concordancia, que contengan los valores y las creencias correctas, enfilados hacia una tendencia de mejora continua son y deben ser asuntos que requieren una evaluación permanente, para que en casos de que la cooperativa se desvíe de su rumbo, se pueda nuevamente reorientarla.</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>3. Examinar si los servicios que brinda la cooperativa generan mayor o menor desembolso de los gastos corrientes que influyan en su competitividad.</p>	<p>3. Al examinar cuales servicios generan un mayor o menor desembolso de los gastos corrientes mostrará la relación de estos gastos corrientes en la competitividad de la cooperativa.</p>	<p>Este tercer objetivo se cumplió con las preguntas uno, dos, siete y ocho, realizadas a colaboradores y autoridades de la cooperativa, teniendo como soporte teórico los contenidos sobre el servicio al cliente (p.33) posicionamiento y la competitividad (p.36). En la cooperativa, uno de los atributos que contribuye en forma fundamental a su éxito o subsistencia ofreciendo servicios, en el largo plazo, es la opinión de los clientes. Así, resulta obvio que los clientes tendrán una opinión favorable hacia la empresa si ésta satisface todas sus necesidades y expectativas en relación a los servicios recibidos. Para ello, la cooperativa ha tenido que realizar gastos que le han permitido desarrollar y mejorar esos servicios, en ese sentido la cooperativa implemento una sucursal en Portoviejo en el año</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		2014 y otra sucursal en Picoazá en el año 2015, y con esto poder competir con otras entidades que manejan servicios iguales o similares a ella.
--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Elaborado por: Los autores de la tesis.

10.4. Cumplimiento de hipótesis del estudio

Cuadro Veintidós

Hipótesis del estudio	Cumplimiento de hipótesis
Los gastos corrientes tienen incidencia en el desarrollo organizacional de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda de la ciudad de Portoviejo en el periodo 2013 – 2015.	De acuerdo a los resultados obtenidos (págs. 73 – 74) mediante las encuestas a los colaboradores (págs. 56 - 63) y las entrevistas a las autoridades (págs. 64 – 72) de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda de la ciudad de Portoviejo, y con el marco teórico recopilado para el caso (págs. 23 – 36), se muestra que la hipótesis que se planteó en un inicio (pág. 42) es verdadera.

Elaborado por: Los autores de la tesis.

11. Presupuesto

Nº	Rubro de gasto	Cantidad	Precio	Total
Bienes				
1	Resmas de papel A4	3	\$ 5,00	\$ 15,00
2	Cds para entregar	5	\$ 1,00	\$ 5,00
3	Computadora	1	\$ 360,00	\$ 360,00
4	Material Bibliográfico	---	\$ 250,00	\$ 250,00
5	Fotocopias	---	\$ 30,00	\$ 30,00
Servicios				
7	Transporte	---	\$ 30,00	\$ 30,00
8	Alimentación	---	\$ 40,00	\$ 40,00
9	Internet	---	\$ 40,00	\$ 40,00
10	Imprevistos 10%			\$ 77,00
	Total			\$ 777,00

Elaborado por: Los autores de la tesis.

12. Cronograma valorado

Actividades	Tiempo en meses y semanas																Recursos		
	Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Humanos	Materiales	Económicos
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			
Presentación del anteproyecto para su revisión y aprobación por la comisión académica.	■	■	■														Autores de la tesis.	Bibliografía y papelería	\$ 20,00
Revisión y selección de la información para el marco teórico, elaboración de instrumentos.				■	■	■	■										Autores de la tesis.	Bibliografía y papelería	\$ 560,00
Determinación de los gastos corrientes que pueden tener efecto en la actividad comercial.							■	■									Autores y tutor de tesis.	Cuestionario y papelería	\$ 20,00
Investigación del desarrollo organizacional y del ambiente interno/externo y de mejora continua.										■	■						Autores y tutor de tesis.	Computadora y papelería	\$20,00
Examen de los servicios que producen gastos corrientes y su relación con la competitividad.											■	■					Autores y tutor de tesis.	Computadora y papelería	\$ 20,00
Presentación del trabajo de titulación final al revisor.													■	■	■	■	Autores, tutor y revisor de tesis.	Documento impreso	\$ 20,00
Sustentación y defensa del trabajo de titulación terminado.																■	Autores y tribunal.	Diapositivas y documento	\$ 117,00
																	Total US	\$777,00	

Elaborado por: Los autores de la investigación.

13. Bibliografía

- Arméstar, Narciso. “De la micro competitividad a la competitividad nacional”. Artículo científico. Cuadernos de investigación. Universidad UPC. 2011.
- Balarezo, Byron. “La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa San Miguel Drive”. Tesis. Universidad Técnica de Ambato. Artículo Científico. Revista Cubana de Salud Pública. 39(2)385-393. 2013.
- Baños, Verónica. “Competencias esenciales, clima organizacional e innovación como factores de competitividad empresarial”. Tesis Doctoral. Universidad Autónoma de Madrid. España. 2011.
- Cabrera, Alejandra. López, Paula. Ramírez, Claudia. “La competitividad empresarial”. Documento de investigación. Ediciones Fundación Universidad Central. Colombia. 2012.
- Castaño, Leidy. Gutiérrez, Angélica. “Propuesta para determinar la competitividad en las empresas del sector comercial”. Tesis. Universidad Tecnológica de Pereira. Colombia. 2011.
- Castillo, Ernesto. “Influencia de la cultura organizacional en la competitividad de las empresas”. Ponencia. Latinoamérica y el Caribe Tecnología e Ingeniería. Medellín – Colombia. 2011.
- Circulo Tec. “Evolución histórica del desarrollo organizacional”. Estudio. Universidad TecVirtual del Sistema Tecnológico de Monterrey – México. 2012.
- Chávez, Noé. “Contribución a la competitividad de una empresa con herramientas estratégicas: método ABC y el personal de la organización”. Artículo científico. Revista Pensamiento y Gestión. Universidad del Norte. México. 2011.
- Chiavenato, Idalberto. “Gestión de Talento Humano”. McGraw Hill. México.
- Dailey, Robert. “Comportamiento Organizacional”. Libro. Escuela de Negocios de Edimburgo. Heriot-Watt University. Reino Unido. 2012.
- Dessler, Gary. Varela, Ricardo. “Administración de recursos humanos: enfoque latinoamericano”. Quinta Edición. Pearson Educación. 2012.

- Durán, Fernando. García, Erika. Gutiérrez, Martha. “Plan de mejoramiento del servicio al cliente”. Artículo científico. Revista Dimensión Empresarial. Vol. 11. Núm. 1. 2013.
- Escudero, Jesús. Delfín, Luis. Arano, Raúl. “El desarrollo organizacional y la resistencia al cambio en las organizaciones”. Artículo Científico. Revista Ciencia administrativa, No. 1. Cuba. 2014.
- Emakunde. “Incidencia de la igualdad en la productividad y competitividad empresarial”. Instituto Vasco de la Mujer Editor. España. 2012.
- Fuentes, Silvia. “Satisfacción laboral y su influencia en la productividad”. Tesis. Universidad Rafael Landívar. México. 2012.
- Flores, María. Vega, Alfonso. Chávez, Edgar. “El clima organizacional como factor de competitividad en las franquicias de comida rápida en Tijuana”. Artículo Científico. Revista Internacional Administración & Finanzas Vol. 8, No. 5, pp. 25 – 44. 2015.
- García, Mayra. Escalante, María. Quiroga, Yenny. “Importancia del clima laboral en los resultados de una empresa y la competitividad”. Artículo Científico. eumed.net. 2012.
- García, María. Ibarra, Luis. “Diagnóstico de clima organizacional del departamento de educación de la Universidad de Guanajuato”. Artículo Científico. eumed.net. 2012.
- Garzón, Manuel. “El aprendizaje organizacional en República Dominicana y Colombia”. Artículo. Revista Pensamiento y Gestión. N° 26. 2011.
- Giraldo, Wilson. Romero, Ibo. Vizcaíno, Camilo. Ceballos, Guillermo. “Estudio del clima organizacional en una empresa prestadora de servicio de vigilancia y seguridad privada”. Artículo Científico. Revista Clío América. Año 6 No. 11, p.p. 99 – 122. 2012.
- Guerrero, Tyrone. “Propuesta de programa integral de servicio al cliente como gestión estratégica en las concesionarias automotrices de la ciudad de Guayaquil”. Tesis de Maestría. Universidad Salesiana de Ecuador. 2012.
- Guevara, Rubiel. “Gestión empresarial. Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios”. UNAD. 2011.
- Hernández, Hugo. “La gestión empresarial, un enfoque del siglo XX, desde las teorías administrativas científica, funcional, burocrática y de relaciones humanas”. Artículo. Revista Escenarios Vol. 9. N° 1. 2011.

- Hernández, Carlos. “Redes de relaciones, capital social y competitividad empresarial”. Tesis Doctoral. Universidad de Burgos. España. 2011.
- Juárez, Salvador. “Clima organizacional y satisfacción laboral”. Artículo Científico. Revista Médica Instituto Mexicano Seguro Social; 50 (3): 307-314. 2012.
- Lisoras, Natacha. Graña, Fernando. “Diferencias en el posicionamiento competitivo”. Artículo científico. Revista Tec Empresarial. Vol. 6. Núm. 3. 2011.
- López, César. Quintero, Juana. Zea, Felipe. “La contabilidad de costos en las empresas del valle del Cauca, Colombia: realidades, impactos e inferencias”. Artículo Científico. Revista del Instituto Internacional de Costos. nº 10. 2012.
- Machorro, Felipe. Rosado, Marina. Romero, María. “Diseño de un instrumento para evaluar el clima organizacional en un complejo petroquímico del Estado de Veracruz”. Artículo Científico. Revista Ciencia Administrativa. 2012.
- Manual de Contabilidad Gubernamental. “Finanzas Estatales”. Ministerio de Finanzas de la República del Ecuador. Quito. 2012.
- Martínez, Carolina. “El servicio al cliente más que una estrategia una cultura de vida”. Ensayo. Universidad Militar Nueva Granada. 2013.
- Montenegro, María. "El clima laboral y la influencia en la satisfacción de los trabajadores de la empresa pública “Tame”, en la unidad de negocio Quito periodo 2011 - 2012". Tesis. Universidad Central del Ecuador. 2012.
- Pintos, Gabriela. Rodríguez, Ana. “Clima y cultura organizacional”. Artículo Científico. 2012.
- Montilla, María. Montero, María. “Desarrollo empresarial y emprendedor”. Fundación para los pueblos de Andalucía. 2011.
- Moguel, Manuel. “Aportaciones del desarrollo organizacional a la responsabilidad social de las empresas”. Artículo Científico. Revista Administración para el desarrollo. No.2. pp. 35 – 63. 2012.
- Munuera, José. Rodríguez, Ana. “La innovación como factor de competitividad de la empresa española”. Monográfico. Información Comercial Española. 2011.
- Navarro, Beatriz. “Una visión multidimensional del marketing de experiencias”. Libro colaborativo. 2012.
- Padilla, Guadalupe. “Costos I”. Adaptación en línea y actualización al plan de estudio. 2012.
- Pinto, Mario. “Desarrollo organizacional”. Primera edición. Red Tercer Milenio S.C. 2012.

- Pérez, Laura. Zapata, Verónica. “Modelo de desarrollo organizacional. Caso: C&F International S.A.”. Tesis. Universidad de Antioquía. Colombia 2012.
- Pérez, Cynthia. “La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa”. Tesis. Universidad Católica de Mogrovejo. Perú. 2014.
- Peresson, Lory. “Sistemas de gestión de la calidad con enfoque al cliente”. Proyecto Final de MBA. Universidad de Valladolid. España. 2007.
- Peña, Maricela. Díaz, María. Carrillo, Alejandra. “Relación del clima organizacional y la satisfacción laboral en una pequeña empresa familiar”. Artículo Científico. Revista Internacional de Administración y Finanzas. Volumen 8. Número 1. 2015.
- Porter, Michael. “¿Qué es la estrategia?”. Artículo científico. Harvard Business Review Revista. 2011.
- Quintero, Martha. “Gestión sostenible integral: la RSE en la integración de los sistemas de gestión”. Tesis Doctoral. Universidad Politécnica de Valencia. 2011.
- Quintero, Diana. “Sistema de costos basados en actividades para empresas frigoríficas del sector cárnico, caso: carnicería Olímpico”. Tesis. Escuela de Ingeniería de Antioquia, Colombia. 2010.
- Rodríguez, Javier. Rodríguez, Ana. “La elección de un posicionamiento basado en la diferenciación en la fase de lanzamiento de un producto”. Artículo científico. Revista ICE. Núm. 860. España. 2011.
- Robles, Carlos. “Fundamentos de administración financiera”. Primera Edición. Red Tercer Milenio S.C. 2012.
- Rubio, Pedro. “Introducción a la Gestión Empresarial”. Instituto de Gestión Empresarial. 2010.
- Salas, Claudio. “Estrategia y proceso estratégico”. Artículo científico. Revista Polianteu. Vol. IX. Núm. 16. 2013.
- Sánchez, Karina. “Costos I”. Primera Edición. Red Tercer Milenio S.C. 2012.
- Sánchez, Gerardo. “El desarrollo organizacional: una estrategia de cambio para las instituciones documentales”. Artículo Científico. Revista Anales de Documentación. Nº 12, págs. 235 – 254. España. 2009.
- Segredo, Alina. “Clima organizacional en la gestión del cambio para el desarrollo de la organización”. Artículo Científico. 2012.

- Serrano, Lorena. “Competitividad empresarial”. Artículo científico. Revista de la Escuela de Negocios. 2013.
- Silva, Luz. “El desarrollo organizacional, la cultura, la gestión del conocimiento y la gestión del cambio, como herramientas fundamentales para asegurar la competitividad de las organizaciones”. Tesis. Universidad Militar Nueva Granada – Colombia. 2014.
- Talero, Diana. “Servicio al cliente, una estrategia para crear ventaja competitiva en el sector de la construcción en Colombia”. Ensayo. Universidad Militar Nueva Granada. 2014.
- Trujillo, María. “Plan de mejoramiento enfocado en el servicio al cliente bajo lineamientos del sistema de gestión de calidad”. Tesis. Universidad Autónoma de Occidente. Colombia. 2012.
- Universidad Tec. “El servicio al cliente y sus características”. Tecnológico de Monterrey. México. 2012.
- UPA. “Costos y presupuesto”. Primera Edición. Soluciones Gráficas SAC. 2009.
- Veiga, Leonardo. “Innovación y competitividad”. Artículo científico. Revista de Antiguos Alumnos del IEEM. 2011.
- Zott, C. Amit, R. “Innovación del modelo de negocio: creación de valor en tiempos de crisis”. Universia Business Review. 2009.

Referencias bibliográficas en la Web

- Recuperado de: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Presupuesto-De-Gastos-Administrativos-y-Ventas/2942817.html>
- Recuperado de: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Presupuesto-De-Gastos-Administrativos/56467287.html>
- Recuperado de: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Presupuestos-De-Gastos/1932891.html>
- Recuperado de: <http://www.tiposde.org/general/484-tipos-de-investigacion/>
- Recuperado de: <http://www.rena.edu.ve/cuartaEtapa/metodologia/Tema6c.html>
- Recuperado de: <http://www.rena.edu.ve/cuartaEtapa/metodologia/Tema6c.html>
- Recuperado de: http://newton.cnice.mec.es/materiales_didacticos/mcientifico/

Recuperado de: <http://metodologia02.blogspot.com/p/tecnicas-de-la-investigacion.html>

Recuperado de: <https://explorable.com/es/poblacion-de-la-investigacion>

Recuperado de: <http://data-collection-and-reports.blogspot.com/>

Anexos



Universidad Técnica de Manabí
Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas
Escuela de Administración de Empresas

La siguiente es una entrevista dirigida a los directivos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda, como parte de la metodología del trabajo de titulación denominado: los gastos corrientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda de la ciudad de Portoviejo y su incidencia en el desarrollo organizacional. Periodo 2013 – 2015.-

1. ¿Se ha invertido suficiente dinero para ofrecer mejores servicios a los clientes?

.....
.....

2. ¿Se ha invertido suficiente dinero en tecnología que le permita a los colaboradores atender en mejor forma a los clientes?

.....
.....

3. ¿Cómo se mide la productividad del personal que labora en la cooperativa?

.....
.....

4. ¿Se está remunerando en forma equitativa y en base a dicha productividad a los empleados?

.....
.....

5. ¿Por qué no se han incrementado los sueldos en los tres últimos períodos?

.....
.....

6. ¿Es suficiente el incentivo para que los colaboradores se esfuercen por realizar mejor sus funciones?

.....
.....

7. ¿Se están realizando los procesos necesarios para que los colaboradores alcancen sus expectativas laborales?

.....
.....

8. ¿Se están realizando suficientes programas de capacitación para que los colaboradores realicen mejor sus actividades?

.....
.....

9. ¿Los funcionarios y colaboradores de la cooperativa tienen el perfil profesional adecuado para el cargo que ocupan en la actualidad?

.....
.....

Gracias



Universidad Técnica de Manabí
Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas
Escuela de Administración de Empresas

La siguiente es una encuesta dirigida a los colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda, como parte de la metodología del trabajo de titulación denominado: los gastos corrientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Comercio Ltda de la ciudad de Portoviejo y su incidencia en el desarrollo organizacional. Periodo 2013 – 2015.-

1. ¿Se ha invertido suficiente dinero para ofrecer mejor servicio a los clientes?

Sí No

.....

.....

2. ¿Se ha invertido suficiente dinero en tecnología que le permita atender en mejor forma a los clientes?

Sí No

.....

.....

3. ¿Conoce usted la forma en que está siendo evaluada su productividad laboral?

Sí No

.....

.....

4. ¿Se lo está remunerando en forma equitativa y en base a su productividad?

Sí No

.....

.....

5. ¿Es suficiente el incentivo que se da en la cooperativa para que se esfuerce por realizar mejor sus funciones?

Sí No

.....
.....

6. ¿Se están realizando los procesos necesarios para que alcancen sus expectativas laborales?

Sí No

.....
.....

7. ¿Se realizan suficientes programas de capacitación para que pueda hacer mejor sus actividades?

Sí No

.....
.....

8. ¿Tiene como funcionario de la cooperativa, el perfil profesional para desempeñarse bien en su cargo?

Sí No

.....
.....

Gracias