



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

TEMA:

**“ANÁLISIS DE LOS SISTEMAS DE ORGANIZACIÓN DE
LA ECONOMÍA SOLIDARIA COMO PROCESOS DE
INNOVACIÓN SOCIAL EN LA CIUDAD DE IBARRA, EN
EL PERÍODO 2017 – 2019”**

Informe final de investigación, previo a la obtención del título de Ingeniería en
Gestión y Desarrollo Social.

AUTORAS: Luna Cerón Dayana Coralía

Vásquez Venegas Joselyn Vanessa

DIRECTOR: PhD. Juan Carlos López Gutiérrez

Ibarra, 2019



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	040192025-1		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Luna Cerón Dayana Coralía		
DIRECCIÓN:	Ibarra, El Olivo		
EMAIL:	dclunac@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0992150131
DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100358045-1		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Vásquez Venegas Joselyn Vanessa		
DIRECCIÓN:	Ibarra, Ejido de Caranqui		
EMAIL:	jvasquezv@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	062505298	TELÉFONO MÓVIL:	0969781257

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ANÁLISIS DE LOS SISTEMAS DE ORGANIZACIÓN DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA COMO PROCESOS DE INNOVACIÓN SOCIAL EN LA CIUDAD DE IBARRA, EN EL PERÍODO 2017-2019”
AUTOR (ES):	Luna Cerón Dayana Coralía- Vásquez Venegas Joselyn Vanessa
FECHA: DD/MM/AAAA	03/12/2019

SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Ingenieras en Gestión y Desarrollo Social
ASESOR /DIRECTOR:	PhD. Juan Carlos López Gutiérrez

2. CONSTANCIAS

Las autoras Luna Cerón Dayana Coralía - Vásquez Venegas Joselyn Vanessa manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que son las titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 03 días del mes de diciembre de 2019

LOS AUTORES:



 Luna Cerón Dayana Coralía



 Vásquez Venegas Joselyn Vanessa

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

Luego de haber sido designado por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte de la ciudad de Ibarra, he aceptado participar como Director del Trabajo de Grado con el siguiente tema: **“ANÁLISIS DE LOS SISTEMAS DE ORGANIZACIÓN DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA COMO PROCESOS DE INNOVACIÓN SOCIAL EN LA CIUDAD DE IBARRA, EN EL PERÍODO 2017-2019”**, trabajo realizado por las señoritas Dayana Coralía Luna Cerón-Joselyn Vanessa Vásquez Venegas previo a la obtención del título de Ingenieras en Gestión y Desarrollo Social.

Al ser testigo presencial y corresponsable directo del desarrollo del presente trabajo de investigación que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sustentado públicamente ante el tribunal que sea designado oportunamente. Es lo que puedo certificar en honor a la verdad.



PhD. Juan Carlos López Gutiérrez

DIRECTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

Los miembros del Tribunal aprueban el informe de investigación, sobre el tema: **“ANÁLISIS DE LOS SISTEMAS DE ORGANIZACIÓN DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA COMO PROCESOS DE INNOVACIÓN SOCIAL EN LA CIUDAD DE IBARRA, EN EL PERÍODO 2017-2019”**, de las estudiantes Dayana Coralía Luna Cerón-Joselyn Vanessa Vásquez Venegas, previo a la obtención del título de Ingeniería en Gestión y Desarrollo Social.

Para constancia firman



PhD. Juan Carlos López
DIRECTOR



MSc. Pedro Quelal
MIEMBRO DEL TRIBUNAL



MSc. Adriana Aroca
MIEMBRO DEL TRIBUNAL



MSc. Vivian Ojeda
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AUTORÍA

AUTORÍA

Nosotras, Dayana Coralía Luna Cerón con C.I. 040192025-1 – Joselyn Vanessa Vásquez Venegas con C.I. 100358045-1 declaramos bajo juramento que la presente investigación titulada: **“ANÁLISIS DE LOS SISTEMAS DE ORGANIZACIÓN DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA COMO PROCESOS DE INNOVACIÓN SOCIAL EN LA CIUDAD DE IBARRA, EN EL PERÍODO 2017 – 2019”**, es de total responsabilidad de las autoras y que se han respetado las diferentes fuentes de información realizando citas correspondientes.



Srta. Dayana Coralía Luna Cerón

. C.I: 040192025-1



Srta. Joselyn Vanessa Vásquez Venegas

C.I. 100358045-1

DEDICATORIA

En primer lugar y con profundo respeto dedico este trabajo investigativo a Dios por su bondad y todas sus bendiciones, de manera especial a mis padres; Jorge Luna y Rosalía Cerón quienes con infinito amor me han sabido guiar y apoyar durante este proceso, y que a pesar de la distancia siempre han estado conmigo enseñándome que todo esfuerzo y sacrificio tiene su recompensa; a mis hermanas Milena y Madelin quienes han sido mis compañeras de vida en mi proceso como estudiante y me han brindado su apoyo de forma incondicional y desinteresada. Tras cinco años de constancia y tenacidad he podido cristalizar mi sueño de convertirme en una profesional, este logro más que mío es de mi familia.

Coralía Luna.

Dedico este trabajo de investigación a Dios por bendecirme en cada paso que doy y por toda la fortaleza que me provee para luchar por mis metas. A mi padre Klever porque sin él no sería nadie en esta vida, por su amor y porque todos estos años ha trabajado incansablemente para darme la única herencia que pueden dejar los padres que es el estudio, a mi madre Elena que ha sido la compañía más hermosa durante mis días de estudiante acompañándome en todos los eventos importantes. A mi hermano Alexander que es el único que tengo, por lo que ha sido mi ejemplo a seguir, a mi sobrina Alessita que desde que nació nos alegró la vida. A Vinicio que estuvo desde el principio en esta etapa de mi vida dándome ánimos para no desmayar y aunque las circunstancias se ponían difíciles él estaba ahí para recordarme que con esfuerzo y dedicación todo se puede lograr.

Joselyn Vásquez V.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica del Norte, concretamente a la Carrera de Ingeniería en Gestión y Desarrollo Social; por habernos acogido durante cinco años y haber aportado en nuestra formación académica.

A los docentes, quienes con profesionalismo y generosidad han sabido compartir su conocimiento y nos han ayudado a crecer en la vida tanto personal como profesional.

A nuestro Director PhD Juan Carlos López, quien ha sabido guiar este trabajo investigativo con dedicación y esmero.

Un agradecimiento especial de Coralía a mi compañera y amiga Joselyn Vásquez, con quien tuve la oportunidad de compartir este recorrido y de quién me llevo el recuerdo más grato.

Un agradecimiento especial de Joselyn a mi amiga, compañera y cómplice Dayana Coralía por siempre recordarme que las cosas que se hacen con dedicación son las que más se disfruta y de cada día que pasa se aprenden cosas nuevas que sirven para forjar el presente y el futuro.

Finalmente, un agradecimiento a los dirigentes de las organizaciones donde se desarrolló esta investigación, por la apertura y colaboración brindada durante este proceso.

Las autoras.

RESUMEN

El trabajo de investigación “Análisis de los Sistemas de Organización de la Economía Solidaria como procesos de Innovación Social en la ciudad de Ibarra, en el período 2017 – 2019” tiene como objetivo fundamental analizar los procesos de innovación social que se desarrollan en la Feria Libre “Asociación de productores Lacta Pura Pukuchikkuna”, Cooperativa de Transportes Urbanos “San Miguel de Ibarra” y Cooperativa de Ahorro y Crédito “Bola Amarilla”; es por ello que se realizó una investigación mixta y documental, las cuales permitieron recopilar información necesaria para construir un marco teórico de acuerdo al tema de interés profesional. Para el diagnóstico se utilizó entrevistas semi estructuradas y encuestas, las cuales fueron aplicadas a un total de 100 personas entre directivos, empleados, socios y clientes, escogiendo intencionalmente a 40, 30 y 30 individuos respectivamente de las unidades de análisis consideradas, el instrumento que se utilizó conjuntamente con las técnicas fue un cuestionario que contenía variables de innovación social, clima de innovación, valor social y económico, valor social para clientes y valor social para la comunidad, de las cuales se pudo obtener información verídica, real y fehaciente del problema de investigación. Los resultados evidencian que la variable que obtuvo menor puntuación fue clima de innovación, es decir aspectos con relación a la aceptación de nuevas ideas y formas de resolver problemas detectados. Por lo tanto, se propuso la creación de un plan de acción para el fortalecimiento de las variables relativas a la innovación social en las iniciativas de la economía solidaria en la ciudad de Ibarra.

Palabras clave: Innovación social, formas de organización, economía solidaria, plan de acción.

ABSTRACT

This research work has as main objective to analyze the processes of social innovation in the “Lacta Pura Pukuchikkuna” Association of producers, “San Miguel de Ibarra” Urban Transport Cooperative and “Bola Amarilla” Saving and loans cooperative; a mixed and documentary research was performed, in order to gather data to build a theoretical framework according to the topic. To perform the research diagnosis; interviews and surveys were used, which were applied to a total of 100 people among executives, employees, partners and clients, choosing 40, 30 and 30 individuals respectively from the units’ analysis, the tool that was used in conjunction with the techniques was a questionnaire which had variables of social innovation, climate of innovation, social and economic value, social value for clients and social value for the community. The results show that the variable that obtained the lowest score was a climate for innovation, that is, it presented the greatest weaknesses and therefore limits the generation of social innovation. Therefore, it was proposed to create an action plan that contains three suggested measures and four strategic actions.

Keywords: Social innovation, organizational systems, solidarity economy, action plan.

VICTOR PENA



ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR.....	ii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	iii
AUTORÍA.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	ix
ÍNDICE DE CUADROS.....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS.....	xiv
INTRODUCCIÓN.....	xv
CAPÍTULO I.....	1
1 Marco teórico.....	1
1.1 Conceptualización de la Economía Popular y Solidaria.....	1
1.2 La EPS desde el enfoque latinoamericano y europeo.....	2
1.3 La innovación social.....	3
1.4. Sistemas o formas de organización de la economía solidaria....	7
1.5 Unidades de análisis consideradas.....	12
CAPÍTULO II.....	14
2 Metodología de la Investigación.....	14
2.1 Tipos de investigación.....	14
2.2 Métodos.....	14
2.3 Técnicas.....	15
2.4 Instrumentos.....	16
2.5 Procesamiento de datos.....	17
CAPÍTULO III.....	22
3 Análisis y discusión de resultados.....	22
3.1 Datos generales.....	22

3.1	Innovación social	24
3.2	Clima de innovación	28
3.3	Valor Social y Económico	33
3.4	Valor Social	37
3.5	Variables cotejadas	47
3.6	Segmentos cotejados.....	48
3.7	Instituciones cotejadas	49
CAPÍTULO IV		50
4.	Propuesta alternativa	50
4.1	Título	50
4.2	Justificación	50
4.3	Desarrollo	51
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		53
BIBLIOGRAFÍA.....		55
ANEXOS.....		60

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Institución a la que pertenece el encuestado.....	22
Cuadro 2. Segmento al que pertenece el encuestado	22
Cuadro 3. Género al que pertenece el encuestado.....	23
Cuadro 4. Autodefinición étnica del encuestado.....	23
Cuadro 5. Nivel educacional del encuestado	23
Cuadro 6. Innovación Social Feria Libre "Asociación de productores Llacta Pura Pukuchikkuna"	24
Cuadro 7. Innovación Social Cooperativa de Transportes Urbanos "San Miguel de Ibarra"	25
Cuadro 8. Innovación Social Cooperativa de Ahorro y Crédito "Bola Amarilla"	26
Cuadro 9. Innovación Social Unidades de Análisis	27
Cuadro 10. Clima de Innovación Feria Libre "Asociación de productores Llacta Pura Pukuchikkuna"	28
Cuadro 11. Clima de Innovación Cooperativa de Transportes Urbanos "San Miguel de Ibarra"	29
Cuadro 12. Clima de Innovación Cooperativa de Ahorro y Crédito "Bola Amarilla"	31
Cuadro 13. Clima de Innovación Unidades de Análisis.....	32
Cuadro 14. Valor Social y Económico Feria Libre "Asociación de productores Llacta Pura Pukuchikkuna"	33
Cuadro 15. Valor Social y Económico Cooperativa de Transportes Urbanos "San Miguel de Ibarra"	34
Cuadro 16. Valor Social y Económico Cooperativa de Ahorro y Crédito "Bola Amarilla"	35
Cuadro 17. Valor Social y Económico Unidades de Análisis.....	36
Cuadro 18. Valor Social Feria Libre "Asociación de productores Llacta Pura Pukuchikkuna"	37
Cuadro 19. Valor Social Cooperativa de Transportes Urbanos "San Miguel de Ibarra"	39
Cuadro 20. Valor Social Coop. de Ahorro y Crédito "Bola Amarilla"	40
Cuadro 21. Valor Social Unidades de Análisis	41
Cuadro 22. Valor Social Feria Libre "Asociación de productores Llacta Pura Pukuchikkuna"	42

Cuadro 23. Valor Social Cooperativa de Transportes Urbanos "San Miguel de Ibarra"	43
Cuadro 24. Valor Social Coop. de Ahorro y Crédito "Bola Amarilla"	45
Cuadro 25. Valor Social Unidades de Análisis	46
Cuadro 26. Plan de acción.....	51

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Variables cotejadas.....	47
Gráfico 2. Segmentos cotejados	48
Gráfico 3. Instituciones cotejadas	49

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía 1. Presidenta de la Feria Libre “Asociación de productores Llacta Pura Pukuchikkuna”	83
Fotografía 2. Administradora de la Feria Libre “Asociación de productores Llacta Pura Pukuchikkuna”	83
Fotografía 3. Gerente de la Cooperativa de Transportes Urbanos "San Miguel Ibarra"	83
Fotografía 4. Levantamiento de información por Coralía Luna en la Feria Libre "Asociación de productores Llacta Pura Pukuchikkuna"	83
Fotografía 5. Levantamiento de información por Joselyn Vásquez en la Feria Libre "Asociación de productores Llacta Pura Pukuchikkuna"	84
Fotografía 6. Levantamiento de información por Coralía Luna en la Cooperativa de Transportes Urbanos "San Miguel de Ibarra"	84
Fotografía 7. Levantamiento de información por Joselyn Vásquez en la Cooperativa de Transportes Urbanos "San Miguel de Ibarra"	84
Fotografía 8. Levantamiento de información por Coralía Luna en la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Bola Amarilla"	84

INTRODUCCIÓN

Los sistemas de organización de la economía solidaria de la ciudad de Ibarra que han sido considerados para este trabajo investigativo son: Feria Libre “Asociación de productores Lacta Pura Pukuchikkuna”, Cooperativa de Transportes Urbanos “San Miguel de Ibarra” y Cooperativa de Ahorro y Crédito “Bola Amarilla”.

La selección de las tres unidades de análisis ha sido intencionalmente heterogénea buscando una representación (aunque pequeña) de las organizaciones de la economía solidaria en la ciudad de Ibarra. Esto responde, además, al objetivo de la investigación que es analizar por lo que no se busca generalizar resultados en instituciones de un mismo sector.

En los últimos años, las iniciativas o sistemas de organización de la economía solidaria han tomado fuerza y han ido en ascenso no solo a nivel local, sino también a nivel nacional, regional e internacional; y han guardado una estrecha relación con aspectos del campo social. Este hecho ha motivado e impulsado el desarrollo del presente trabajo de investigación.

Esta investigación es relevante debido a que permite establecer parámetros o criterios de análisis de los procesos de innovación social que se desarrollan dentro de los sistemas de organización de la economía solidaria, los mismos que son sumamente importantes para generar un cambio social positivo tanto en individuos como en grupos. Además, la investigación se vincula con el Objetivo 7: “Incentivar una sociedad participativa, con un Estado cercano al servicio de la ciudadanía del Eje 3: “Más sociedad, mejor Estado” del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 “Toda un Vida”; a través del impulso a la participación de actores sociales que integran los sistemas de organización de la economía solidaria, como son; las cooperativas de ahorro y crédito, cooperativas de transporte y ferias libres entendiendo estas como sector financiero, de transporte y de ferias solidarias.

Para analizar los sistemas de organización de la economía solidaria como procesos de innovación social, es preciso considerar parámetros, criterios y/o

elementos que permitan concretar el propósito de la investigación. Sin embargo, hasta el momento, en Ecuador no existen investigaciones de esta índole y en consecuencia no se cuenta con una guía referencial que permita desarrollar este análisis en base a criterios preestablecidos.

Partiendo de esa base, se tiene que son varios los aspectos que limitan o dificultan la comprensión y/o entendimiento del manejo y direccionamiento de los procesos de innovación social dentro de las iniciativas de economía solidaria; es más, dichos procesos son obviados o invisibilizados y por ello se desconoce que existen, por tal razón se ha configurado el siguiente problema de investigación:

¿Cómo analizar los procesos de innovación social en los sistemas de organización de la economía solidaria en la ciudad de Ibarra?

La interrogante que se plantea en las líneas anteriores será respondida a través de los objetivos que se describen a continuación:

Objetivo general

Analizar los sistemas de organización de la economía solidaria como procesos de innovación social en la ciudad de Ibarra, en el período 2017 – 2019.

Objetivos específicos

-Establecer los fundamentos conceptuales de la economía solidaria e innovación social, para el sustento teórico de la investigación.

-Diagnosticar cómo se manejan los procesos de innovación social que desarrollan los sistemas de organización de la economía solidaria.

- Elaborar un plan de acción para el fortalecimiento de las variables relativas a la innovación social en los sistemas de organización de la economía solidaria en la ciudad de Ibarra.

Para el cumplimiento de los objetivos presentados en las líneas anteriores se cuenta con la apertura y colaboración de las tres organizaciones sociales a estudiar, como son; Feria Libre “Asociación de productores Lacta Pura

Pukuchikkuna”, Cooperativa de Transportes Urbanos “San Miguel de Ibarra” y Cooperativa de Ahorro y Crédito “Bola Amarilla”.

La intención de esta investigación es proponer un plan de acción que permita contrarrestar o superar las debilidades que están impidiendo o limitando la generación absoluta de innovación social en las iniciativas de la economía solidaria, el impacto que se espera tras la aplicación de la propuesta es la transformación de las debilidades en fortalezas y por ende potenciar la capacidad de las organizaciones de generar innovación social.

En el capítulo I, se encuentra la fundamentación teórico conceptual de la investigación en donde se abordan temas referentes a la economía popular y solidaria como concepto y desde un enfoque tanto latinoamericano como europeo, innovación social, sistemas de organización de la economía solidara, ferias libres, cooperativas de transporte, cooperativas de ahorro y crédito, y finalmente las unidades de análisis estudiadas.

En el capítulo II, se expone la metodología empleada en el desarrollo de la investigación en donde constan los tipos de investigación, métodos, técnicas, instrumentos y procesamiento de datos, además, se especifica tanto la población como la muestra considerada para la realización de los análisis pertinentes.

En el capítulo III, se desarrolla el análisis y discusión de los resultados obtenidos tras la aplicación de los instrumentos de investigación.

En el capítulo IV, se encuentra diseñada la propuesta alternativa para el fortalecimiento de las variables relativas a la innovación social en los sistemas de organización de la economía solidaria en la ciudad de Ibarra, a modo de plan de acción.

Finalmente, se presentan una serie de conclusiones y recomendaciones que surgieron de la investigación misma y que pueden ser puestas en consideración.

CAPÍTULO I

1 Marco teórico

1.1 Conceptualización de la Economía Popular y Solidaria

La Economía Popular y Solidaria (EPS) en el Ecuador, resulta mejor comprendida desde tres instancias, la primera de manera legal, la segunda concebida desde la planificación, y la tercera por parte de la institucionalidad rectora, así:

De acuerdo con la Ley de Economía Popular y Solidaria (2014), se entiende a la EPS como:

(...) economía popular y solidaria, al conjunto de formas y prácticas económicas, individuales o colectivas, auto gestionadas por sus propietarios que, en el caso de las colectivas, tienen, simultáneamente, la calidad de trabajadores, proveedores, consumidores o usuarios de las mismas, privilegiando al ser humano, como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre el lucro y la acumulación de capital.

Por otro lado, la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (2015) sostiene que “la Economía Popular y Solidaria es un subsistema económico en construcción que coexiste con las economías pública y privada para conformar un único modelo económico social y solidario” (pág. 5).

Finalmente, la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (2019) con respecto a este concepto manifiesta que:

(...) es la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos. Esta forma de organización se basa en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital.

Las conceptualizaciones consideradas en los párrafos anteriores coinciden en que la EPS se basa en principios de solidaridad y resaltan el enfoque social como objetivo o fin que se pretende alcanzar, ya que se considera el aspecto lucrativo como de escasa relevancia frente al desarrollo comunitario solidario.

Por otro lado, la EPS es una facultad que valora al ser humano y al trabajo comunitario, social y solidario que éste desarrolla.

La EPS puede entenderse como una nueva forma de hacer economía en donde prima la igualdad, el empleo, el medio ambiente sano, la cooperación y el compromiso con el entorno; y donde se excluye la cuestión monetaria o lucrativa.

La EPS, puede entenderse según varios autores como Economía Solidaria (ES), así:

Para Razeto (2010), “la economía solidaria es una búsqueda teórica y práctica de formas alternativas de hacer economía, basadas en la solidaridad y el trabajo” (pág. 47).

De acuerdo con Askunze (2007), la ES se reconoce como el “sistema socioeconómico, cultural y ambiental desarrollado de forma individual o colectiva a través de prácticas solidarias, participativas, humanistas y sin ánimo de lucro para el desarrollo integral del ser humano como fin de la economía” (pág. 2).

Dentro del enfoque que hace Obando (2009), se entiende que:

(...) La Economía Solidaria se caracteriza por una orientación fuertemente crítica y decididamente transformadora respecto a las grandes estructuras y modos de organización y acción que caracterizan la economía contemporánea. Uno de los elementos esenciales que definen a la Economía Solidaria es la prevalencia del trabajo sobre el capital. La distribución, la redistribución, el valor monetario, la lógica de reciprocidad y la cooperación son la base de la circulación y la asignación de recursos productivos, bienes y servicios. Los principios sobre los cuales se basa una nueva forma de hacer economía son: La colaboración, la coordinación, lo colectivo y comunitario, lo solidario, la confianza, la comunicación, el compañerismo (pág. 92).

Los aspectos relevantes que comparten los autores mencionados anteriormente se encaminan en acoger los principios de solidaridad, participación y trabajo en los que se basa la ES. Como tal, la ES está fundamentada en la teoría y concretada en la práctica; y presta mayor limitación o exclusión al aspecto lucrativo.

1.2 La EPS desde el enfoque latinoamericano y europeo

Messias y Battisti (2017), explican que en “Latinoamérica la economía solidaria asume características más radicales de las que se encuentran en otros contextos y un discurso marcadamente más político, desempeñando un papel relevante en el combate a los problemas sociales oriundos del sistema económico vigente” (pág. 4).

Un segundo análisis del enfoque Latinoamericano es el expuesto por Guerra (2010), quien manifiesta que:

(...) la economía solidaria puede ser vista como un fenómeno socioeconómico complejo donde se articulan tres dimensiones distintas de análisis: el movimiento social, con un fuerte discurso ideológico, proclive a la construcción de un nuevo modelo de desarrollo; el paradigma científico con una particular vocación por generar teoría pertinente para dar cuenta de los fenómenos económicos alternativos; y el sector específico de nuestras economías donde convergen las distintas experiencias de base solidaria. En América Latina es posible observar un alto dinamismo en cualquiera de estas dimensiones de análisis, especialmente a partir del surgimiento de distintas redes que operan desde la sociedad civil y de la puesta en práctica de políticas públicas dirigidas al fortalecimiento del sector (pág. 67).

En relación con el enfoque europeo Obando (2009) manifiesta lo siguiente:

(...) la corriente europea se basa en la práctica de las cooperativas, mutualistas y asociaciones. Se puede decir que se diferencia del enfoque latinoamericano por las prácticas de las mutualistas y otras organizaciones mutuales que se han convertido en organizaciones paraestatales perdiendo en el camino su carácter de filiación voluntarias y su independencia de los poderes públicos (pág. 93).

Para finalizar, la Red de Economía Alternativa y Solidaria de Euskadi (2015) plantea que:

(...) en el caso europeo, la Economía Solidaria, se entiende desde la dimensión colectiva de los emprendimientos sociales, desde su carácter democrático y su diferente forma de entender y hacer economía. Se entiende su surgimiento, asociado al nuevo impulso de la economía social, como una respuesta de la sociedad civil a los retos de la globalización, a la búsqueda de nuevas soluciones a los problemas económicos y sociales generados por el desempleo y la exclusión, como una respuesta a demandas sociales no atendidas por el sector público o el privado y como una nueva forma de entender la provisión de algunos servicios públicos en un contexto de redefinición del Estado de Bienestar en Europa.

Se puede entender que, en el contexto latinoamericano, la ES está usurpada por la política, lo cual la convierte en una forma propagandista de alcanzar réditos electorales, por lo que se desvían los propósitos del bienestar solidario; pero, desde la concepción europea se visualiza una franca intervención de la política pública por parte de los actores sociales, interesados en buscar soluciones a los problemas, en especial el desempleo y la exclusión social.

1.3 La innovación social

Los autores Herrera, Diaz, & Rodríguez (2016), se refieren a la Innovación social (IS) desde un punto de vista general y expresan que:

Las sociedades, para afrontar la crisis y el cambio de época, vienen desarrollando nuevas formas de entender los problemas y plantear soluciones. A esta capacidad se le

llama innovación social; aunque en principio es inherente a las sociedades vivas, parece cobrar especial relevancia en contextos de alta vulnerabilidad

Para el entendimiento de término de IS se analiza desde el enfoque de organismos e instituciones de cooperación internacional.

Por lo tanto, según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) citado en Conejero y Redondo (2016) nos explica que IS es:

Un proceso que emerge como parte de un proceso de aprendizaje y prácticas generadoras de conocimiento que tienen lugar en grupo, donde se ensalzan y articulan diversos modos de conocer el mundo que refuerzan o generan nuevas competencias en las personas.

Por otro lado, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) citado en Conejero y Redondo (2016) manifiesta que la IS se trata de:

Nuevas respuestas a los problemas sociales mediante la identificación y provisión de nuevos servicios que mejoran la calidad de vida de los individuos y las comunidades, identificando e implementando nuevos procesos de integración del mercado laboral, nuevas competencias, nuevos trabajos, nuevas formas de participación, así como diversos elementos que mejoran la posición del individuo en el mercado laboral

Finalizando, la Unión Europea (UE) citado en Conejero y Redondo (2016) interpreta la IS como el “desarrollo e implementación de nuevas ideas (productos, servicios y modelos) que satisfacen necesidades y crean nuevas relaciones o colaboraciones.” (pág. 27)

Por lo tanto analizando las definiciones de las diferentes instituciones antes mencionadas, se concluye que la IS es un proceso en el cual se identifican, generan y se ponen en marcha nuevas ideas, productos y competencias para mejorar la calidad de vida de los individuos y posicionarse en un buen lugar del mercado local.

Teniendo en cuenta los puntos de vista de las instituciones, se puede reforzar el concepto mediante la perspectiva de diferentes autores, así:

Sinergiak, 2011 citado en Hernández, Tirado y Ariza (2016) describe a la IS como “Actitudes, ideas, iniciativas, actividades, organizaciones, servicios o productos que tienen como motivación dar respuesta a necesidades sociales, económicas, culturales u organizacionales y pueden también perseguir y producir beneficios sociales, económicos, culturales u organizacionales.” (pág. 177)

Además, Agnés Hubert, BEPA, CE, (2011) citado en Hernández, Tirado y Ariza (2016) manifiestan lo siguiente:

(...) definimos las innovaciones sociales como productos (nuevas ideas, servicios y modelos) que cumplan simultáneamente las necesidades sociales (más eficaces que otras alternativas) y crean nuevas relaciones sociales o colaboraciones. Son innovaciones que no sólo son buenas para la sociedad sino que también mejoran la capacidad de actuar societariamente.

Finalmente, Según Bouchard (2013) citado en Etxezarreta, E; Etxezarreta, A; Zurbano y Estensoro (2015), la innovación social puede definirse como:

Una intervención iniciada por actores sociales para responder a una aspiración o satisfacer una necesidad, para ofrecer una solución o crear una oportunidad de acción para modificar las relaciones sociales, transformar el marco de acción o proponer nuevas orientaciones culturales a fin de mejorar la calidad y las condiciones de vida de la colectividad.

Por lo tanto, en las definiciones antes mencionadas los autores considerados concuerdan que, la IS se refiere a productos o ideas que tienen como principal objetivo resolver las necesidades sociales y fortalecer la colaboración tanto de los miembros como de las diferentes organizaciones.

Los autores Conejero y Redondo (2016) nos explican el significado de IS el cual:

Desde hace una década la teoría y la praxis sobre la innovación social ha ido creciendo rápidamente. Al mismo tiempo, muchas necesidades, demandas y expectativas de los ciudadanos no se abordan eficazmente por parte de los poderes públicos. Por tanto, los desafíos sociales exigen una nueva perspectiva en el análisis y la aplicación de la innovación. En este sentido, la innovación social puede ser vista como una nueva forma de suplir los fallos del Estado y del mercado en materias clave que preocupan a las sociedades

El mundo de hoy demanda soluciones efectivas que permitan el mejoramiento de las condiciones de vida (transformación social) de las comunidades en diferentes escalas: económica, social, laboral, familia y cultural. Por ello, los gobiernos, el sector productivo e incluso las mismas comunidades han tenido que ir construyendo estrategias para hacer frente a problemáticas de diversa índole que puedan dificultar su desarrollo.

Sin embargo, Valle (2017) explica que:

Los problemas generados por la actual crisis económica y financiera no están resueltos del todo. Por el contrario, han dado lugar a la aparición de problemas sociales muy complejos, como el desempleo, la exclusión y la pobreza, a los que hay que añadir los

resultantes de los cambios demográficos, como es el caso del envejecimiento de la población

Por lo que Arcos, Suárez y Zambrano (2015) creen que los problemas antes mencionados fueron una razón para el surgimiento de los “procesos de innovación social, que involucran a diversos actores, lo que les ha permitido a las comunidades ampliar sus capacidades (en asociaciones o agrupaciones)” (pág. 86).

En esta investigación se utiliza el concepto de iniciativas de economía solidaria, en ellas se encuentran las cooperativas, las organizaciones comunitarias, las organizaciones arraigadas en movimientos sociales y las nuevas formas de economía popular mercantil. Lo descrito, según Ruiz, y Lemaître (2016), pretende contribuir a una clasificación de las iniciativas de economía solidaria que operan activamente en el contexto ecuatoriano.

Para poder medir el grado de IS que tienen las iniciativas de ES el PhD. Juan Carlos López plantea la siguiente pregunta: “¿En qué medida las iniciativas contenidas en la economía solidaria en Ecuador y específicamente en la ciudad de Ibarra contienen los elementos centrales de IS citado en Conejero y Redondo (2016),?”. (J.C. López, comunicación personal, 14 de febrero de 2019).

Elementos centrales de IS

1. Soluciones novedosas: la innovación social no necesita ser original o única, sino que las soluciones generadas (ideas, productos, servicios, modelos o procesos) sean diferentes a las que ya existían, en caso de que la solución tradicional estuviera presente.

2. Dirigido a la resolución de necesidades sociales: se entiende por necesidades sociales aquellas que si no son satisfechas “pueden causar al ser humano daños y perjuicios graves o sufrimiento social reconocible” (Doyal y Gough, 1994: 71).

3. Cambio en las relaciones sociales: la innovación social debe propiciar un cambio en las relaciones sociales existentes que modifique la configuración del modelo de gobernanza, especialmente con la inclusión y activa participación de los grupos sociales más vulnerables, marginados e infra-representados.

Para concluir López (2019), finiquita que:

Precisamente aquí radica la importancia del tema al propiciar soluciones novedosas con rasgo social que permitan responder a los desafíos de un contexto competitivo, contribuyendo a la mejora de la calidad de vida individual y colectiva a escala local en la ciudad de Ibarra. Para ello se precisa de la determinación de los fundamentos conceptuales y metodológicos de la innovación social como marco de análisis que

permiten analizar las estrategias generadas por las iniciativas de la economía popular y solidaria para responder a las necesidades sociales. De forma general, los aspectos antes mencionados permiten comprender los procesos de innovación social en las organizaciones de la economía popular y solidaria que han sido identificados en la ciudad de Ibarra. (J.C. López, comunicación personal, 14 de febrero de 2019).

1.4. Sistemas o formas de organización de la economía solidaria

Para comprender lo que son y representan los sistemas o formas de organización de la economía solidaria se ha considerado la definición que plantean algunos autores, la misma que se exponen en las siguientes líneas:

Según Ramírez, Acosta, Romero e Icaza (2016), “la economía solidaria está integrada por las organizaciones conformadas en los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios” (pág. 5).

A partir de esta definición, se vuelve necesario explicar y entender el significado de los tres sectores (cooperativistas, asociativos y comunitarios) que componen los sistemas o formas de organización de la economía solidaria.

La Ley de Economía Popular y Solidaria (2014), proporciona una definición acertada para cada uno de los sectores en mención, así:

Sector Cooperativista: Es el conjunto de cooperativas entendidas como sociedades de personas que se han unido en forma voluntaria para satisfacer sus necesidades económicas, sociales y culturales en común, mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática, con personalidad jurídica de derecho privado e interés social.

Sector Asociativo: Es el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada.

Sector Comunitario: Es el conjunto de organizaciones, vinculadas por relaciones de territorio, familiares, identidades étnicas, culturales, de género, de cuidado de la naturaleza, urbanas o rurales; o, de comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades que, mediante el trabajo conjunto, tienen por objeto la producción, comercialización, distribución y el consumo de bienes o servicios lícitos y socialmente necesarios, en forma solidaria y auto gestionada.

Los tres sectores descritos anteriormente, así como las iniciativas que integran y/o componen cada una de estos sistemas o formas de organización de la economía solidaria, representan en sentido amplio, el objeto de estudio que en las siguientes líneas se abordará y analizará de forma más específica.

1.4.1 Ferias libres

Para comprender la definición de ferias libres se han considerado los planteamientos de varios autores, los mismos que son explicados a continuación:

El Centro Ecuatoriano de Investigación Geográfica (1984) reconoce a las ferias libres como:

(...) lugares abiertos de comercialización, ocupados por los comerciantes, en su interior se distribuyen los puestos con diferentes grados de organización. Usualmente, se sigue el patrón de disposición que rige para los mercados fijos. Las ferias funcionan en forma periódica, generalmente una o dos veces por semana. En las ferias hay grandes diferencias infraestructurales. En algunas los productos se asientan en el suelo, otras cuentan con mesas de madera, descubiertas o cubiertas por techos improvisados; algunas tienen casetas de madera. En las ferias consideradas por el Municipio como “legales”, los usuarios pagan tarifas siempre inferiores a las de los mercados fijos; en las “ilegales” no se paga tarifa alguna.

Por otro lado, Coello y Zamora (2015), a las ferias libres las definen como:

(...) espacios en los que se congregan un importante número de oferentes y demandantes, normalmente, sobre una calle principal de la localidad, utilizando alrededor de 500 metros a lo largo de la vía. En este espacio, coexisten puntos de venta formales (establecimientos) e informales (ambulantes). Éstas suelen ser un referente de la localidad donde se llevan a cabo, en las cuales se comercializa la producción tradicional de la zona, lo que las convierte en expresiones sociales en primera instancia, pero que se potencian como una fuente de empleo local y de sustento económico a largo plazo, para las pequeñas empresas, generalmente, núcleos familiares.

Luego de analizar las conceptualizaciones consideradas en base a dos espacios temporales distintos, se puede decir que las ferias libres son sitios de comercialización abierta donde interactúan oferentes y demandantes, donde se comercializan productos locales producidos bajo sistemas agrícolas tradicionales.

Además, si se compara el concepto de ferias libres con las características que posee la empresa social, se concluye que éstas dos están estrechamente relacionadas, puesto que en las ferias libres se involucra la participación comunitaria y con ello se busca tanto la satisfacción de necesidades sociales existentes como el bienestar colectivo; y en su defecto, la empresa social es “una organización creada con la meta explícita de beneficiar a la comunidad, iniciada por un colectivo de ciudadanas y ciudadanos, y en la que el interés material de los inversores de capital está sujeto a límites” Pérez, Etxezarreta, y Guridi (2009, pág. 22).

1.4.2 Cooperativas de transporte

Para comprender el concepto de cooperativa de transporte, se tomará en consideración lo expresado desde dos instancias distintas, así:

En el Reglamento General a la Ley de Cooperativas (1966), las cooperativas de transporte son “aquellas que, por medio de automotores, embarcaciones, naves aéreas u otros medios de locomoción, hacen el servicio de transporte de pasajeros o carga, por tierra, mar, ríos o aire” (pág. 17).

Por otro lado, el Observatorio Valenciano de la Economía Social (2019) manifiesta que:

Las cooperativas de transportes tienen por objeto organizar y/o prestar servicios de movilización humana, carga ligera o pesada o bien realizar actividades que hagan posible dicho objeto. Pueden ser cooperativas de trabajo asociado o de transportes propiamente dicha, que agrupa a transportistas, conductores u otro personal con el fin de llevar a cabo el objeto social. También pueden ser cooperativas de servicios o de transportistas, que tienen por objeto facilitar la actividad empresarial a los mismos. Por último, las cooperativas de transporte pueden ser de naturaleza mixta, incluyendo a socios transportistas y a otros que no disponen de dicho título.

Finalmente, según la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial (2008), explica que las cooperativas de transporte son:

(...) un servicio público esencial y una actividad económica estratégica del Estado, que consiste en la movilización libre y segura de personas o de bienes de un lugar a otro, haciendo uso del sistema vial nacional, terminales terrestres y centros de transferencia de pasajeros y carga en el territorio ecuatoriano. Su organización es un elemento fundamental contra la informalidad, mejorar la competitividad y lograr el desarrollo productivo, económico y social del país, interconectado con la red vial internacional.

Por lo anteriormente expuesto, se puede concluir que dichos conceptos se complementan, puesto que coinciden en que las cooperativas de transporte tienen como objetivo brindar el servicio de movilización a los ciudadanos, para llegar a un punto determinado y así realizar las actividades deseadas durante el diario vivir.

1.4.3 Cooperativas de ahorro y crédito

La definición de cooperativas de ahorro y crédito se lo explica más a menudo en leyes y reglamentos por lo que mencionaremos a continuación algunas de ellas:

Según en el Reglamento General a la Ley de Cooperativas. (1966), Las “Cooperativas de ahorro y crédito son las que hacen préstamos a sus socios, que pueden pertenecer a distintas actividades, a fin de solucionar diferentes necesidades” (pág. 17).

Por otro lado, la Ley de Cooperativas (2001) manifiesta que “Cooperativas de ahorro y crédito son las que reciben ahorros y depósitos, hacen descuentos y préstamos a sus socios y verifican pagos y cobros por cuenta de ellas” (pág. 7).

Finalmente, la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (2014) define a las cooperativas de ahorro y crédito, así:

(...) Son organizaciones formadas por personas naturales o jurídicas que se unen voluntariamente con el objeto de realizar actividades de intermediación financiera y de responsabilidad social con sus socios y, previa autorización de la Superintendencia, con clientes o terceros con sujeción a las regulaciones y a los principios reconocidos en la presente Ley.

Por lo tanto, tomando en consideración la instancia legal, los autores concuerdan en que las cooperativas de ahorro y crédito son organizaciones que prestan un servicio de tipo financiero para que las personas se abastezcan de dinero necesario para satisfacer algunas necesidades existentes.

En las líneas siguientes, se explica la historia de las cooperativas de ahorro y crédito desde un enfoque global, tomando en consideración a Inglaterra y un enfoque nacional, considerando a Ecuador.

Gutiérrez (2009), explica que los inicios de la cooperativa en Inglaterra ocurrieron de la siguiente manera:

En Rochdale, condado de Lancashire, Inglaterra, 1844, un grupo de 28 trabajadores de la industria textil, entre ellos una mujer, decidieron controlar su destino económico formando una cooperativa, cuando la industria textil se encontraba en su apogeo y proporcionaba gran actividad en las más importantes manufacturas de Rochdale, pero paralelamente se observaba el desamparo de la clase trabajadora, la cual recordó las ideas de Robert Owen. Los obreros empobrecidos luego de la revolución industrial, para salir del problema decidieron juntar 120 dólares en un año para organizar una tienda de productos de calidad.

Teniendo como principales reglas: “venta al contado, venta a precio de mercado, distribución a prorrata del volumen de operaciones, administración democrática, número ilimitado de socios, distribución de los excedentes, selección

de los miembros, neutralidad política y religiosa, realización de obras sociales” (Miño, 2013).

En cambio para el Ecuador, según Cárdenas (2009), citado en Llamuca (2015), el cooperativismo tiene su historia, así:

(...) inicia en la década de (1879-1900), cuando en Quito y Guayaquil se formaron pequeñas organizaciones cuyo objetivo era el contribuir con el bienestar de sus asociados, otorgando créditos a los socios y sus familias para solventar calamidades domésticas, en esta etapa el crédito se caracterizaba por ser una ayuda benéfica y no de servicio.

Por lo expuesto se entiende que una cooperativa para su accionar social debe reunir varios requisitos, los cuales convergen en cierta estructura de ayuda solidaria alrededor de un colectivo poblacional.

Para el caso del Ecuador, Da Ros (1985) afirma que:

Desde el año 2007, el país ingresa en una nueva época, de ruptura histórica y de profundos cambios económicos, sociales y políticos, que marcaron el fin de la etapa neoliberal y el inicio de la Revolución Ciudadana. Este nuevo proceso político implicó un vasto reordenamiento institucional del país que tuvo como eje la reunión de la Asamblea Constituyente del 2008 y la expedición de una nueva Constitución, después de una aguda resistencia política del establecimiento institucional vigente, apuntalado por pequeños pero poderosos poderes fácticos. Después de más de 25 años de influencia del modelo neoliberal el cambio constituyó un fuerte contraste entre el antiguo Ecuador y el nuevo, y que se debe contextualizarlo en un marco histórico de larga continuidad. Se trata de especificar la esencialidad del proceso en su relación con el movimiento cooperativo de ahorro y crédito y la economía popular y solidaria.

Tras conocer las historias tanto de Rochdale como de Ecuador, se puede decir que la fuerza de los obreros o clases reprimidas permitieron la creación de cooperativas, hoy conocidas como de ahorro y crédito, con la intención de solventar de insumos o dinero en los momentos de crisis vividos por dicha clase social.

Además, la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (2015), manifiesta que “se integran el Sector Financiero Popular y Solidario las cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, y cajas de ahorro.”

Acotando que las cooperativas de ahorro y crédito están ubicadas en el tercer sector de economía o conocido como economía popular y solidaria el cual es, “un conjunto de instituciones cuya característica principal es ser privadas pero

no lucrativas y desenvolverse en el espacio público para satisfacer demandas no satisfechas ni por el Estado, ni por el mercado” Paiva (2004, pág. 99).

Las cooperativas de ahorro y crédito al formar parte del tercer sector o economía popular y solidaria como lo vimos en el anterior párrafo, tiene como objetivo brindar un servicio de calidad para que la ciudadanía satisfaga una necesidad social existente.

1.5 Unidades de análisis consideradas

1.5.1 Feria Libre Asociación de productores “Llacta Pura Pukuchikkuna”

La Feria Libre Asociación de productores “Llacta Pura Pukuchikkuna” tiene carácter jurídico porque está regida por la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, del sector Financiero Popular y Solidario y las resoluciones de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

La asociación se encuentra ubicada en la provincia de Imbabura en la ciudad de Ibarra en la avenida Teodoro Gómez de la Torre dentro del terminal terrestre de Ibarra. Está conformada por 354 socios los cuales provienen de cantones como Imbabura, Otavalo y Pimampiro. Su organización está a cargo de la presidenta, la administradora y los comités sectoriales que se forman en los diferentes cantones para la toma de decisiones.

El objetivo de la feria es la producción y comercialización de productos agropecuarios y gastronómicos de buena calidad a precios justos velando por la salud de los consumidores. Se debe recalcar que los productos son orgánicos y se ofertan 103 aproximadamente los cuales forman parte de la canasta básica. (María Guamán, comunicación personal, 28 de septiembre de 2019).

1.5.2 Cooperativa de Transportes Urbanos “San Miguel de Ibarra”

La Cooperativa de Transportes Urbanos “San Miguel de Ibarra” se rige por la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria del sector Financiero Popular y Solidario, Ley de Cooperativas y Ley Orgánica Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial.

Su oficina se encuentra en la provincia de Imbabura en la ciudad de Ibarra en la avenida Mariano Acosta frente del parque ciudad blanca, dentro de la gasolinera Primax. La institución está conformada por 127 socios, y personal administrativo teniendo como principal en la jerarquía al presidente, seguido del gerente general y las secretarías.

En cuanto a su propósito se trata de brindar un servicio de transporte terrestre público urbano a la ciudadanía con rapidez y profesionalidad en diferentes rutas en el centro y a las afueras de la ciudad. (Fabricio Espinosa, comunicación personal, 10 de septiembre de 2019).

1.5.3 Cooperativa de Ahorro y Crédito “Bola Amarilla”

La Cooperativa de Ahorro y Crédito “Bola Amarilla” es jurídica porque es administrada según los reglamentos de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria del sector Financiero Popular y Solidario, Ley de Cooperativas y la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

La institución cuenta con 2 agencias, la principal se encuentra en la avenida Atahualpa y Tobías Mena a pocos metros del coliseo del barrio Bola Amarilla y la segunda está ubicada en la avenida El Retorno y Princesa Paccha cerca de la plaza de toros la Candelaria, está conformada por 396 socios al cargo de la Gerente, asesores de crédito y cajeros. Teniendo como finalidad brindar servicios financieros como depósitos de ahorro y crédito, depósitos infantiles, depósitos a largo plazo fijo y créditos para microempresas; además servicios adicionales como pago del bono de desarrollo humano, pago de servicios básicos, recargas, SRI, IESS, entre otros. (Sandra Ayala, comunicación personal, 25 de septiembre de 2019).

CAPÍTULO II

2 Metodología de la Investigación

2.1 Tipos de investigación

El tipo de enfoque que se ha empleado en el desarrollo de la presente investigación es el mixto, el cual “asume enfoques cualitativos y cuantitativos”; así lo establece Pérez (2011) citado en López, Quelal y Rosillo (2019).

Al respecto de este tipo de investigación, Cedeño (2012) considera que:

A través de los estudios mixtos se logra: una perspectiva más amplia y profunda del fenómeno: la investigación se sustenta en las fortalezas de cada método (cuantitativo y cualitativo) y no en sus debilidades; formular el planteamiento del problema con mayor claridad, así como las maneras más apropiadas para estudiar y teorizar los problemas de investigación; producir datos más ricos y variados mediante la multiplicidad de observaciones, ya que se consideran diversas fuentes y tipos de datos, contextos o ambientes y análisis; potenciar la creatividad teórica por medio de suficientes procedimientos críticos de valoración; efectuar indagaciones más dinámicas, apoyar con mayor solidez las inferencias científicas; permitir una mejor exploración de los datos; oportunidad para desarrollar nuevas destrezas o competencias en materia de investigación, o bien reforzarlas.

Todo ello, permite caracterizar la dinámica social y las prácticas económicas de los actores sociales representantes de las distintas iniciativas de la economía solidaria en la ciudad de Ibarra, donde se desarrollan experiencias de innovación social.

Además, se ha utilizado el tipo de investigación documental, que según Dulzaides y Molina (2004) citados en López y Pérez (2018) es considerado “como una forma de investigación técnica, un conjunto de operaciones intelectuales, que buscan describir y representar los documentos de forma unificada sistemática para facilitar su recuperación” (pág. 5).

Este tipo de enfoque, permite abordar documentos científicos y a su vez ampliar el conocimiento teórico en temas de innovación social y su concreción en la economía solidaria.

2.2 Métodos

Uno de los métodos utilizados es el inductivo-deductivo, que según lo propuesto por Rodríguez y Pérez (2017) se tiene que:

El método inductivo-deductivo está conformado por dos procedimientos inversos: inducción y deducción. La inducción es una forma de razonamiento en la que se pasa del conocimiento de casos particulares a un conocimiento más general, que refleja lo que hay de común en los fenómenos individuales. Su base es la repetición de hechos y fenómenos de la realidad, encontrando los rasgos comunes en un grupo definido, para llegar a conclusiones de los aspectos que lo caracterizan. Las generalizaciones a que se arriban tienen una base empírica.

El método inductivo-deductivo parte del entendimiento de una unidad de análisis particular, en este caso los oferentes y clientes, de tal forma que se pueda comprender la dinámica social y los procesos de innovación que desarrollan las iniciativas de la economía solidaria.

Además, se ha empleado el método analítico-sintético, el mismo que Rodríguez y Pérez (2017) describen de la siguiente manera:

El análisis y la síntesis funcionan como una unidad dialéctica y de ahí que al método se le denomine analítico-sintético. El análisis se produce mediante la síntesis de las propiedades y características de cada parte del todo, mientras que la síntesis se realiza sobre la base de los resultados del análisis. En la investigación, puede predominar uno u otro procedimiento en una determinada etapa.

El método analítico-sintético permite que la información recolectada sea esquematizada en forma de redacción al mismo tiempo que se mantiene el juicio de valor personal.

2.3 Técnicas

Para la obtención de datos sobre los procesos de innovación social dentro de las formas de organización de la economía solidaria se utilizaron las técnicas que se mencionan a continuación:

En primera instancia, se utilizó la observación participante que Schensul, S; Schensul, J y Lecompte (1999) citado en Kawulich (2005) la definen como "el proceso de aprendizaje a través de la exposición y el involucrarse en el día a día o las actividades de rutina de los participantes en el escenario del investigador" (pág. 2).

En este caso, dicha observación se dirigió a tres unidades de análisis como son ferias solidarias, cooperativas de ahorro y crédito y cooperativas de transporte.

La siguiente técnica que utilizamos fue la entrevista semi estructurada, que Piacente (2009) la define de la siguiente manera:

Las entrevistas semi estructuradas o mixtas se refieren al uso combinado de estrategias estructuradas y no estructuradas. En la práctica, los entrevistadores formulan preguntas estructuradas y no estructuradas. Las estructuradas permiten obtener una base informativa que posibilita la comparación entre distintos sujetos. Las no estructuradas complementan la obtención de información sobre aspectos emergentes o de mayor interés.

Esta técnica se aplicó a directivos, empleados, socios y clientes de las organizaciones analizadas; en donde el entrevistador realizó las preguntas y proporcionó a los entrevistados la libertad para exponer detalles acerca de la problemática.

La última técnica utilizada fue la encuesta, que según Alvira (2011) sirve para: “recoger información proporcionada verbalmente o escrita por un informante mediante un cuestionario estructurado”

Al igual que la entrevista semi estructurada, la encuesta es utilizada para recopilar información de las formas de organización de la economía solidaria anteriormente mencionadas, pero con mayor rapidez e información precisa.

2.4 Instrumentos

Los instrumentos interconectados con las técnicas antes mencionadas que se utilizó para la recolección de información proporcionada por directivos, empleados, socios y clientes de las diferentes unidades de análisis fueron los siguientes:

La ficha de observación, la cual es un instrumento que se utilizó en conjunto con la observación participante por lo que Dipas (2015), nos explica que:

Para cada cuestión a observar se puede establecer una sencilla ficha o guía que facilita el seguimiento de aquello que va a merecer nuestra atención. Estas fichas pueden ir desde lo más sofisticadas y estructuradas que se quiera, hasta una simple relación de las cuestiones más importantes.

El cuestionario en cambio, es el instrumento que se elaboró para las entrevistas y encuestas empleadas, por lo que según García (2003), lo define de la siguiente manera:

El cuestionario consiste en un conjunto de preguntas, normalmente de varios tipos, preparado sistemática y cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación o evaluación, y que puede ser aplicado en formas variadas, entre las que destacan su administración a grupos o su envío por correo. (Ver anexo 1)

Además se trabajó mediante la escala de Likert la cual según Fabila, Minami e Izquierdo (2013) está constituida:

(...) por una serie de ítems ante los cuales se solicita la reacción del sujeto. El interrogado señala su grado de acuerdo o desacuerdo con cada ítem, proposición o afirmación relativa al asunto estudiado; a cada posible respuesta se le da una puntuación favorable-desfavorable. La suma algebraica de las puntuaciones de las respuestas que el individuo hace al conjunto de ítems da su puntuación total, por lo que se entiende como representativa de su posición favorable-desfavorable con respecto al fenómeno que se mide.

Para finalizar la escala de valoración empleada en el instrumento de investigación contiene puntuaciones que van desde 1 hasta 5, cada una con su respectiva nomenclatura, así:

- 1: Totalmente en desacuerdo
- 2: Bastante en desacuerdo
- 3: Ni en desacuerdo ni de acuerdo
- 4: Bastante de acuerdo
- 5: Totalmente de acuerdo

2.5 Procesamiento de datos

Para el desarrollo del capítulo de análisis y discusión de resultados fueron consideradas cinco variables fundamentales, las mismas que permitieron visualizar las distintas unidades de análisis desde un enfoque tanto interno como externo. La investigación se acerca a una realidad objetiva puesto que se contrastaron las estimaciones y percepciones de directivos, empleados, socios y clientes.

Las variables analizadas fueron: innovación social, clima de innovación, valor social y económico, valor social para clientes y valor social para la comunidad.

-Innovación social: De la Mata (2014) define a la innovación social como: “Nuevas estrategias, conceptos, ideas y organizaciones, que satisfacen

necesidades sociales de todo tipo, desde las condiciones de empleo y la educación hasta el desarrollo comunitario y la salud, ampliando y fortaleciendo la sociedad civil” (pág. 7).

-Clima de innovación: Según Palma (2004) citado en Williams (2013) el clima de innovación “es entendido como la percepción sobre aspectos vinculados al ambiente de trabajo, permite ser un aspecto diagnóstico que orienta acciones preventivas y correctivas necesarias para optimizar y/o fortalecer el funcionamiento de procesos y resultados organizacionales” (pág. 28).

-Valor social y económico: Según Askunze (2007) “se trata de rescatar el valor social del dinero, poniéndolo al servicio de la transformación y del desarrollo de la comunidad, haciendo compatible la rentabilidad económica con el beneficio humano, social y ambiental” (pág. 4).

-Valor social (para clientes y para la comunidad): Según la Organización Internacional del Trabajo (2010) citado en Valle (2017) expresa que el valor social “hace referencia a los bienes y servicios proporcionados por las organizaciones, con un fin social determinado y apoyado por políticas incluyentes y justas, a fin de mitigar efectos secundarios indeseables y potenciando valores tales como la libertad, igualdad y tolerancia” (pág. 56).

A los efectos de esta investigación y con el objetivo de buscar correlación entre los distintos segmentos analizados se han utilizado las variables mencionadas anteriormente con sus respectivos indicadores.

Variable: Innovación Social

Código de los indicadores: INNSO

INNSO1: En la organización se desarrolla un trabajo beneficioso para la comunidad.

INNSO2: En la organización se identifican las necesidades de la comunidad.

INNSO3: En la organización se generan ideas para satisfacer las necesidades de la comunidad.

INNSO4: En la organización se elaboran productos o se brindan servicios que satisfacen las necesidades de la comunidad.

INNSO5: En la organización evalúa el impacto que los productos/servicios tienen sobre la comunidad.

INNSO6: En la organización se ha lanzado un producto o servicio deseado por la comunidad local en los últimos doce meses.

Variable: Clima de Innovación

Código de los indicadores: CLIMI

CLIMI1: En la organización las nuevas ideas son aceptadas con facilidad.

CLIMI2: En la organización se responde rápidamente cuando es necesario hacer cambios.

CLIMI3: En la organización la dirección detecta con rapidez la necesidad de hacer cosas diferentes.

CLIMI4: En la organización los empleados siempre están buscando nuevas maneras de detectar los problemas existentes.

CLIMI5: En la organización las nuevas ideas son aceptadas con facilidad. (Este indicador no fue considerado para el análisis y discusión).

CLIMI6: En la organización se es muy flexible y se puede cambiar rápidamente los procedimientos para satisfacer nuevas condiciones y resolver nuevos problemas detectados.

Variable: Valor Social y Económico

Código de los indicadores: VALSE

VALSE1: Para la organización es importante el valor económico de los productos/servicios.

VALSE2: Para la organización es importante el servicio al cliente.

VALSE3: Para la organización es importante el precio de los productos/servicios.

VALSE4: Para la organización es importante la profesionalidad y/o experiencia del personal empleado.

VALSE5: Para la organización es importante la calidad de los productos/servicios.

Variable: Valor Social (Clientes)

Código de los indicadores: VALSC

VALSC1: La organización cumple con sus compromisos sobre calidad y precio.

VALSC2: La organización informa a los clientes sobre el uso apropiado y los riesgos de los productos/servicios.

VALSC3: La organización toma las medidas necesarias para evitar quejas de los clientes.

VALSC4: La organización da respuesta a las quejas de los clientes.

Variable: Valor Social (Para la comunidad)

Código de los indicadores: VALSCO

VALSCO1: La organización toma en cuenta los intereses de la comunidad local para la toma de decisiones.

VALSCO2: La organización apoya las actividades culturales y deportivas.

VALSCO3: La organización mantiene relaciones transparentes con los políticos locales.

VALSCO4: La organización se considera parte de la comunidad y se preocupa por su desarrollo.

VALSCO5: La organización realiza programas de apoyo a los grupos desfavorecidos.

2.5.1 Población

Para el caso de esta investigación, no se tiene acceso a la población total existente, a razón de que el número de clientes que hace uso de los servicios/productos que se ofertan en las organizaciones estudiadas es intermitente y cambiante. No obstante, se conoce que para cada unidad de análisis existen segmentos como: directivos, empleados, socios y clientes.

2.5.2 Muestra

La muestra que se utilizó fue intencional, que para López (2004), se la emplea cuando “el investigador decide según los objetivos, los elementos que integrarán la muestra, considerando aquellas unidades supuestamente típicas de la población que se desea conocer. El investigador decide qué unidades integrarán la muestra de acuerdo a su percepción” (pág. 73). En nuestro caso es focalizada en las tres formas de organización de la economía solidaria de la ciudad de Ibarra de la provincia de Imbabura. De acuerdo al propósito de la investigación, se han seleccionado un total de 100 personas para el levantamiento de información especificadas así: Feria Libre “Asociación de productores Llacta Pura Pukuchikkuna” un total 40 encuestados, Cooperativa de Transportes Urbanos “San Miguel de Ibarra” un total de 30 encuestados y Cooperativa de Ahorro y Crédito “Bola Amarilla” un total de 30 encuestados.

CAPÍTULO III

3 Análisis y discusión de resultados

3.1 Datos generales

Cuadro 1. Institución a la que pertenece el encuestado

Institución	Frecuencia	Porcentaje
Feria Libre "Asociación de productores LLacta Pura Pukuchikkuna"	40	40%
Cooperativa de Transportes Urbanos "San Miguel de Ibarra"	30	30%
Cooperativa de Ahorro y Crédito "Bola Amarilla"	30	30%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta aplicada a directivos, empleados, socios y clientes (2019)
Elaboración: Las autoras

Los datos proporcionados en el Cuadro 1 ponen en manifiesto que, el porcentaje mayoritario de encuestados pertenece a la Feria Libre "Asociación de productores LLacta Pura Pukuchikkuna" con un 40%, seguido de la Cooperativa de Transportes Urbanos "San Miguel de Ibarra" y Cooperativa de Ahorro y Crédito "Bola Amarilla", instituciones a las que les corresponde el 30% del porcentaje total de encuestados. Los datos especificados anteriormente permiten concluir que la muestra considerada para cada institución analizada mantiene un adecuado equilibrio para los tres casos.

Cuadro 2. Segmento al que pertenece el encuestado

Segmento	Frecuencia	Porcentaje
Directivo	5	5%
Empleado	16	16%
Socios	21	21%
Clientes	58	58%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta aplicada a directivos, empleados, socios y clientes (2019)
Elaboración: Las autoras

Los datos que se hallan en el Cuadro 2 evidencian que, existe un porcentaje del 42% entre los segmentos de directivos, socios y clientes; los cuales pueden entenderse como actores internos de las unidades de análisis, por otro lado, el porcentaje de clientes o de actores externos es de un 58%.

Cuadro 3. Género al que pertenece el encuestado

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	41	41%
Femenino	59	59%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta aplicada a directivos, empleados, socios y clientes (2019)
Elaboración: Las autoras

El Cuadro 3 demuestra que, el porcentaje de encuestados de género masculino (59%) es superior al porcentaje de encuestados de género femenino (41%). No obstante, la diferenciación que existe entre ambos casos no es tan amplia o extensa.

Cuadro 4. Autodefinición étnica del encuestado

Etnia	Frecuencia	Porcentaje
Mestizo	90	90%
Indígena	8	8%
Afroecuatoriano	2	2%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta aplicada a directivos, empleados, socios y clientes (2019)
Elaboración: Las autoras

Los datos que se hallan en el Cuadro 4 evidencian que, el 90% de encuestados se autodefinen como mestizos, seguido del 8% que son indígenas y apenas el 2% son afro ecuatorianos.

Cuadro 5. Nivel educacional del encuestado

Nivel educacional	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	26	26%
Educación Básica	5	5%
Bachillerato	30	30%
Superior	33	33%
Cuarto Nivel	1	1%
Ninguno	5	5%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta aplicada a directivos, empleados, socios y clientes (2019)
Elaboración: Las autoras

Los datos expuestos en el Cuadro 5 permiten verificar que, el nivel de instrucción que predomina entre los encuestados es superior (33%), bachillerato (30%) y primaria (26%). Por lo que se puede establecer que la condición y percepción de la población encuestada es muy diversa.

3.1 Innovación social

Cuadro 6. Innovación Social Feria Libre "Asociación de productores Lacta Pura Pukuchikkuna"

Institución	Segmento		INNSO1	INNSO2	INNSO3	INNSO4	INNSO5	INNSO6
Feria Libre "Asociación de productores Lacta Pura Pukuchikkuna"	Directivos	Media	4	4	4	4,5	2,5	3
		F	2	2	2	2	2	2
	Empleado	Media	5	4	5	5	5	5
		F	1	1	1	1	1	1
	Socios	Media	5	4,24	4,35	4,24	2,71	3,41
		F	17	17	17	17	17	17
	Clientes	Media	4,75	4,7	3,85	4,6	3,8	2,7
		F	20	20	20	20	20	20
	Total	Media	4,83	4,45	4,1	4,45	3,3	3,08
		F	40	40	40	40	40	40

Fuente: Encuesta aplicada a directivos, empleados, socios y clientes (2019)

Elaboración: Las autoras

De acuerdo al Cuadro 6, se evidencia que el indicador por institución que ha obtenido menor puntuación es INNSO6 (3,08) que significa ni en desacuerdo ni de acuerdo. Por su parte, el indicador que mayor puntuación alcanzó fue INNSO1 (4,83), que según la nomenclatura utilizada es bastante en acuerdo

Además, se puede apreciar que el indicador por segmento con menor puntuación es INNSO5 (2,50) es decir bastante en desacuerdo, dicho resultado corresponde a la valoración de los directivos de la institución. Por otro lado, se observa que los indicadores mejor puntuados son INNSO1, INNSO3, INNSO4, INNSO5 e INNSO6; los cinco indicadores han obtenido una calificación perfecta (5,00) que puede entenderse como totalmente de acuerdo, la valoración presentada fue realizada por los empleados de la institución.

Luego de haber obtenido los resultados del análisis por segmento, se logró determinar que, los empleados de la institución otorgan la mayor puntuación a la variable Innovación Social (4,83) que se traduce como bastante de acuerdo, al contrario de los directivos que han proporcionado una valoración de (3,67) es decir ni en desacuerdo ni de acuerdo.

Tras las descripciones planteadas, se puede concluir que la Feria Libre "Asociación de productores Lacta Pura Pukuchikkuna" efectivamente desarrolla

un trabajo beneficioso para la comunidad (INNSO1), estos resultados coinciden con el estudio realizado por Delgado (2018), en donde un 58,3% de consumidores perciben de manera aceptable la atención que recibe por parte de la feria, al igual que un 52,2% aceptan de forma positiva la oferta y calidad de productos, finalmente 40,9% de clientes concuerdan con el ahorro económico que consiguen por la compra de producto (pág. 49). Englobando los aspectos mencionados se puede concluir que afirmativamente la feria realiza un trabajo favorable para la ciudadanía en general.

Cuadro 7. Innovación Social Cooperativa de Transportes Urbanos "San Miguel de Ibarra"

Institución	Segmento	INNSO1	INNSO2	INNSO3	INNSO4	INNSO5	INNSO6	
Cooperativa de Transportes Urbanos "San Miguel de Ibarra"	Directivo	Media	4,5	4,5	5	4,5	4,5	4,5
		F	2	2	2	2	2	2
	Empleado	Media	4,89	4,89	4,78	4,22	4	4,22
		F	9	9	9	9	9	9
	Socios	Media	4,25	4,25	4,25	3,25	3,5	3
		F	4	4	4	4	4	4
	Clientes	Media	4,13	4	3,53	3,47	3,07	3,67
		F	15	15	15	15	15	15
	Total	Media	4,4	4,33	4,1	3,73	3,5	3,8
		F	30	30	30	30	30	30

Fuente: Encuesta aplicada a directivos, empleados, socios y clientes (2019)
Elaboración: Las autoras

Según lo expuesto en el Cuadro 7, se evidencia que los indicadores por institución y por segmento que menor puntuación han obtenido son INNSO5 (3,50) e INNSO6 (3,00) respectivamente, que se entiende como ni en desacuerdo ni de acuerdo. Por otro lado, analizando los indicadores por institución, se observa que el de mayor puntuación es INNSO1 (4,40) es decir bastante de acuerdo; mientras que el indicador por segmento mejor puntuado es INNSO3 (5,00) que significa totalmente de acuerdo, siendo ésta última una valoración desarrollada a partir de la percepción de los directivos de la institución. Tras haber obtenido los resultados del análisis por segmento, se logró establecer que, los directivos de la institución otorgan la mayor puntuación a la variable Innovación Social (4,58) que significa bastante de acuerdo, al contrario de los clientes que

han proporcionado una valoración de (3,65) es decir ni en desacuerdo ni de acuerdo.

Del análisis desarrollado en el párrafo anterior, se puede convenir que la Cooperativa de Transportes Urbanos "San Miguel de Ibarra", además de desarrollar un trabajo beneficioso para la comunidad (INNSO1) genera ideas para satisfacer las necesidades identificadas (INNSO3), los datos anteriormente mencionados concuerda con un estudio realizado por Anguita, Duarte, y Flores (2013), los cuales nos manifiestan que se obtuvo una media de 4.33 de acuerdo a la percepción del servicio brindado al cliente teniendo como aspectos el servicio, la comodidad, la puntualidad, la frecuencia, etc. (pág. 19). Por lo que se puede concluir que estos aspectos coinciden con la satisfacción del cliente y los beneficios brindados a la comunidad.

Cuadro 8. Innovación Social Cooperativa de Ahorro y Crédito "Bola Amarilla"

Institución	Segmento	INNSO1	INNSO2	INNSO3	INNSO4	INNSO5	INNSO6	
Cooperativa de Ahorro y Crédito "Bola Amarilla"	Directivo	Media	5	5	4	4	4	5
		F	1	1	1	1	1	1
	Empleado	Media	4,17	3,67	3,67	4	3,83	3,5
		F	6	6	6	6	6	6
	Clientes	Media	4,83	4,65	4,39	4,39	3,96	4,39
		F	23	23	23	23	23	23
	Total	Media	4,7	4,47	4,23	4,3	3,93	4,23
		F	30	30	30	30	30	30

Fuente: Encuesta aplicada a directivos, empleados, socios y clientes (2019)

Elaboración: Las autoras

Como se detalla en el Cuadro 8, los indicadores por institución que han sido valorados con la menor y mayor puntuación son INNSO5 (3,93) que se entiende como ni en desacuerdo ni de acuerdo e INNSO1 (4,70) traducido como bastante de acuerdo respectivamente.

Adicionado a lo anterior, se evidencia que la menor puntuación de indicadores por segmento es (3,50) que se entiende como ni en desacuerdo ni de acuerdo correspondiente a INNSO6, dicha valoración ha sido proporcionada por los empleados de la institución. Por su parte, los directivos han otorgado una

puntuación perfecta (5,00) es decir totalmente de acuerdo, al indicador INNSO1, siendo esta la más alta de los segmentos analizados.

Tras haber obtenido los resultados del análisis por segmento, se logró determinar que, los directivos de la institución otorgan la mayor puntuación a la variable Innovación Social (4,50) que se traduce como bastante de acuerdo, al contrario de los empleados que han proporcionado una valoración de (3,81) entendida esta como ni en desacuerdo ni de acuerdo.

Luego de haber realizado los análisis pertinentes, se puede finiquitar que, las personas encuestadas insisten en que la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Bola Amarilla" si desarrolla un trabajo beneficioso para la comunidad (INNSO1) por lo que en un estudio realizado por De la Fuente y Díaz (2013), se puede concordar que los aspectos satisfacción atención, satisfacción calidad y satisfacción variedad obtuvieron una media de 6,00 sobre 10 por lo que se concluye que las cooperativas de ahorro y crédito trabajan prósperamente para la colectividad.

Cuadro 9. Innovación Social Unidades de Análisis

Institución	Segmento		INNSO1	INNSO2	INNSO3	INNSO4	INNSO5	INNSO6
Total	Directivo	Media	4,4	4,4	4,4	4,4	3,6	4
		F	5	5	5	5	5	5
	Empleado	Media	4,63	4,38	4,38	4,19	4	4
		F	16	16	16	16	16	16
	Socios	Media	4,86	4,24	4,33	4,05	2,86	3,33
		F	21	21	21	21	21	21
	Clientes	Media	4,62	4,5	3,98	4,22	3,67	3,62
		F	58	58	58	58	58	58
	Total	Media	4,66	4,42	4,14	4,19	3,55	3,64
		F	100	100	100	100	100	100

Fuente: Encuesta aplicada a directivos, empleados, socios y clientes (2019)

Elaboración: Las autoras

Los datos proporcionados en el Cuadro 9, muestran en términos generales, que el indicador por variable con menor puntuación es INNSO5 (3,55) que significa ni en desacuerdo ni de acuerdo, mientras que el indicador mejor puntuado es INNSO1 (4,66) traducido como bastante de acuerdo. Por lo expuesto, se puede determinar que las tres unidades de análisis consideradas (Feria Libre "Asociación de productores LLacta Pura Pukuchikkuna", Cooperativa de

Transportes Urbanos "San Miguel de Ibarra" y Cooperativa de Ahorro y Crédito "Bola Amarilla") si generan innovación social, no obstante, siempre existe la posibilidad de mejorar y fortalecer permanentemente tales procesos de innovación.

Tras haber obtenido los resultados del análisis por segmento, se logró determinar que, los empleados de las tres instituciones analizadas otorgan la mayor puntuación a la variable Innovación Social (4,26) es decir, bastante de acuerdo, al contrario de los socios que han proporcionado una valoración de (3,95) que se entiende como ni en desacuerdo ni de acuerdo. Por lo tanto se puede observar que estos actores son los que generan procesos de innovación social implementando ideas nuevas de productos y servicios en las unidades de análisis consideradas, los cuales satisfacen las necesidades de la comunidad, aportando a la mejora de la calidad de vida.

3.2 Clima de innovación

Cuadro 10. Clima de Innovación Feria Libre "Asociación de productores Lacta Pura Pukuchikkuna"

Institución	Segmento	CLIMI1	CLIMI2	CLIMI3	CLIMI4	CLIMI6	
Feria Libre "Asociación de productores Lacta Pura Pukuchikkuna"	Directivo	Media	4	3	3,5	3,5	4
		F	2	2	2	2	2
	Empleado	Media	1	1	1	1	5
		F	1	1	1	1	1
	Socios	Media	3,82	3,59	3,94	3,53	3,35
		F	17	17	17	17	17
	Clientes	Media	2,6	2,8	1,95	2,85	2,5
		F	20	20	20	20	20
	Total	Media	3,15	3,1	2,85	3,12	3
		F	40	40	40	40	40

Fuente: Encuesta aplicada a directivos, empleados, socios y clientes (2019)

Elaboración: Las autoras

En el Cuadro 10, se refleja que los indicadores de menor ponderación son CLIMI3 (2,85) es decir bastante en desacuerdo, para el caso del análisis por institución y CLIMI1, CLIMI2, CLIMI3 y CLIMI4 (1,00) que se traduce como totalmente en desacuerdo para el caso del análisis por segmento, ésta última valoración fue proporcionada por quienes se auto identificaran como empleados de la organización. Ante lo expresado en las líneas anteriores, se puede convenir

que las puntuaciones obtenidas en ambos casos, se encuentran por debajo de la media de las valoraciones consideradas para este análisis, por lo que se debería poner mayor énfasis en aquellos aspectos que fortalezcan el clima de innovación de la institución, específicamente en cuestiones relacionadas con aceptar las nuevas ideas que se propongan (en caso de que éstas sean efectivas), detectar si se requiere hacer cambios y de ser así, llevar a cabo tales cambios. Por otro lado, los indicadores que han alcanzado mayor ponderación tanto por institución como por segmento son CLIMI1 (3,15) y CLIMI6 (5,00) respectivamente, tal puntuación puede entenderse como totalmente de acuerdo. Cabe mencionar que ésta última puntuación fue concedida por los empleados de la organización.

Luego de haber obtenido los resultados del análisis por segmento, se logró determinar que, los socios de la institución otorgan la mayor puntuación a la variable Clima de Innovación (3,65) que significa ni en desacuerdo ni de acuerdo, al contrario de los empleados que han proporcionado una valoración de (1,80) entendida esta como totalmente en desacuerdo. Los datos obtenidos anteriormente tienen similitud con los encontrados en un estudio realizado por Cañedo, Martínez, Cervantes y López (2017), en cual hace referencia a que la percepción de los empleados acerca del clima de innovación es frío por lo que se debe “trabajar en estrategias para mejorar esta percepción y como se mencionó anteriormente, cuando el ambiente laboral en la empresa es bueno, repercute en el desempeño de sus integrantes, aumentando la productividad” (pág. 101).

Cuadro 11. Clima de Innovación Cooperativa de Transportes Urbanos "San Miguel de Ibarra"

Institución	Segmento	CLIMI1	CLIMI2	CLIMI3	CLIMI4	CLIMI6	
Cooperativa de Transportes Urbanos "San Miguel de Ibarra"	Directivo	Media	4,00	5,00	4,50	4,50	3,50
		F	2	2	2	2	2
	Empleado	Media	4,00	3,89	4,44	3,89	3,67
		F	9	9	9	9	9
	Socios	Media	3,75	3,75	4,25	4,25	3,75
		F	4	4	4	4	4
	Clientes	Media	2,13	2,33	2,40	2,80	2,27
		F	15	15	15	15	15
	Total	Media	3,03	3,17	3,40	3,43	2,97
		F	30	30	30	30	30

Fuente: Encuesta aplicada a directivos, empleados, socios y clientes (2019)
Elaboración: Las autoras

Los datos establecidos en el Cuadro 11, expresan que los indicadores por institución de menor y mayor ponderación son CLIMI6 (2,97) es decir bastante en desacuerdo y CLIMI4 (3,43) que significa ni en desacuerdo ni de acuerdo respectivamente. Se puede apreciar además, que los indicadores por segmento de menor y mayor puntuación son CLIMI1 (2,13) que se traduce como bastante en desacuerdo y CLIMI2 (5,00) entendida como totalmente de acuerdo respectivamente.

Luego de haber obtenido los resultados del análisis por segmento, se logró determinar que, los directivos de la institución otorgan la mayor puntuación a la variable Clima de Innovación (4,30) es decir, bastante de acuerdo, al contrario de los clientes que han proporcionado una valoración de (2,39) que significa bastante en desacuerdo.

Tras los análisis planteados, se puede concluir que es necesario fortalecer los indicadores que han presentado los porcentajes más bajos, tal es el caso de CLIMI1 y CLIMI6, los cuáles hacen referencia a aceptar las nuevas ideas, ser flexible y cambiar los procedimientos rápidamente para resolver los nuevos problemas detectados; todo esto con la mera intención de mejorar el clima de innovación de la Cooperativa de Transportes Urbanos "San Miguel de Ibarra". Por lo expuesto, (y entendiendo las semejanzas existentes), es preciso relacionar los resultados obtenidos en el estudio realizado por Alfonso (2018) en el cual se puede observar que “el 30,6% de los trabajadores encuestados coinciden en que algunas veces sus supervisores tienen en cuenta sus opiniones y aceptan sus ideas” (pág. 42), por lo que la motivación de los empleados se vería afectada ya que si no se toma en consideración las ideas que se brindan no existe una comunicación asertiva con los directivos.

Cuadro 12. Clima de Innovación Cooperativa de Ahorro y Crédito "Bola Amarilla"

Institución	Segmento	CLIMI1	CLIMI2	CLIMI3	CLIMI4	CLIMI6	
Cooperativa de Ahorro y Crédito "Bola Amarilla"	Directivo	Media	5,00	5,00	5,00	1,00	5,00
		F	1	1	1	1	1
	Empleado	Media	3,17	3,83	3,83	3,33	3,33
		F	6	6	6	6	6
	Clientes	Media	2,87	3,09	3,35	3,48	3,09
		F	23	23	23	23	23
	Total	Media	3,00	3,30	3,50	3,37	3,20
		F	30	30	30	30	30

Fuente: Encuesta aplicada a directivos, empleados, socios y clientes (2019)
Elaboración: Las autoras

Lo expuesto en el cuadro 12 permite determinar que, el indicador de menor puntuación en el caso del análisis efectuado por institución es CLIMI1 (3,00) que se traduce como ni en desacuerdo ni de acuerdo, mientras que en el caso del análisis por segmento es CLIMI4 (1,00) es decir, totalmente en desacuerdo, Ésta última valoración fue otorgada por los directivos de la organización.

Por otro lado, se puede evidenciar que el indicador por institución de mayor ponderación es CLIMI3 (3,50) que se entiende como ni en desacuerdo ni de acuerdo, mientras que la puntuación más alta por segmento se ve reflejada en los indicadores CLIMI1, CLIMI2, CLIMI3 Y CLIMI6 (5,00) es decir, totalmente de acuerdo, tal valoración fue manifestada por los directivos de la organización.

Tras haber obtenido los resultados del análisis por segmento, se logró determinar que, los directivos de la institución otorgan la mayor puntuación a la variable Clima de Innovación (4,20) que se entiende como bastante de acuerdo, al contrario de los clientes que han proporcionado una valoración de (3,17) que puede traducirse como ni en desacuerdo ni de acuerdo.

Lo anterior expuesto permite afirmar que, los indicadores que miden el clima de innovación de la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Bola Amarilla" presentan una puntuación considerablemente buena, a excepción de CLIMI4, indicador que valora si los empleados de la institución permanentemente buscan nuevas maneras de detectar los problemas existentes, ante esta situación es

necesario que los empleados contrarresten tal debilidad. Los planteamientos anteriores coinciden con lo determinado por Ortiz (2015) quien manifiesta que “el 31% de los encuestados no se siente conforme con la solución a sus problemas dentro de la cooperativa y es necesario que las empresas capaciten a su personal para que estén preparados para este tipo de situaciones” (pág. 87).

Cuadro 13. Clima de Innovación Unidades de Análisis

Institución	Segmento		CLIMI1	CLIMI2	CLIMI3	CLIMI4	CLIMI6
Total	Directivo	Media	4,20	4,20	4,20	3,40	4,00
		F	5	5	5	5	5
	Empleado	Media	3,50	3,69	4,00	3,50	3,63
		F	16	16	16	16	16
	Socios	Media	3,81	3,62	4,00	3,67	3,43
		F	21	21	21	21	21
	Clientes	Media	2,59	2,79	2,62	3,09	2,67
		F	58	58	58	58	58
	Total	Media	3,07	3,18	3,21	3,29	3,05
		F	100	100	100	100	100

Fuente: Encuesta aplicada a directivos, empleados, socios y clientes (2019)

Elaboración: Las autoras

Los datos que se encuentran en el Cuadro 13, representan de modo general los indicadores por variable de menor y mayor ponderación, los mismos que se describen de la siguiente manera: el indicador que ha obtenido la menor puntuación es CLIMI6 (3.05), por su parte el indicador que ha alcanzado la puntuación mayor es CLIMI4 (3,29) la dos valoraciones pueden traducirse como ni en desacuerdo ni de acuerdo. Las cifras planteadas en las líneas anteriores reflejan que, técnicamente ambos resultados (mayor y menor ponderación) se encuentran en la misma posición dentro de la escala de valoración empleada (con una mínima diferenciación), por ende, es necesario tomar las medidas necesarias para propiciar el fortalecimiento del clima de innovación en las distintas organizaciones analizadas.

Tras haber obtenido los resultados del análisis por segmento, se logró determinar que, los directivos de las tres instituciones analizadas otorgan la mayor puntuación a la variable Clima de Innovación (4,00) que se traduce como bastante de acuerdo, al contrario de los clientes que han proporcionado una valoración de

(2,75) que significa bastante en desacuerdo. Esta puntuación puede verse afectada por la falta de comunicación por parte de los directivos hacia los clientes creando dudas acerca de los procesos que realizan las unidades de análisis y limitando a los clientes a proponer ideas nuevas por sentir el rechazo por parte de los directivos y empleados.

3.3 Valor Social y Económico

Cuadro 14. Valor Social y Económico Feria Libre "Asociación de productores Lacta Pura Pukuchikkuna"

Institución	Segmento		VALUE1	VALUE2	VALUE3	VALUE4	VALUE5
Feria Libre "Asociación de productores LLacta Pura Pukuchikkuna"	Directivo	Media	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50
		F	2	2	2	2	2
	Empleado	Media	5,00	5,00	5,00	1,00	5,00
		F	1	1	1	1	1
	Socios	Media	4,88	4,88	4,88	3,59	4,94
		F	17	17	17	17	17
	Clientes	Media	4,85	4,75	4,75	3,15	4,75
		F	20	20	20	20	20
	Total	Media	4,85	4,80	4,80	3,35	4,82
		F	40	40	40	40	40

Fuente: Encuesta aplicada a directivos, empleados, socios y clientes (2019)

Elaboración: Las autoras

Según lo propuesto en el Cuadro 14, se puede evidenciar que el indicador por institución de menor puntuación es VALUE4 (3,35) que significa ni en desacuerdo ni de acuerdo, mientras que el indicador que mayor puntuación alcanzó fue VALUE1 (4,85) es decir bastante de acuerdo. Se evidencia además, que el indicador por segmento de menor ponderación es VALUE4 (1,00) que puede traducirse como totalmente en desacuerdo, dicho resultado corresponde a la valoración entregada por parte de los empleados de la institución.

Por otro lado, se observa que los indicadores mejor puntuados por segmento son VALUE1, VALUE2, VALUE3 y VALUE5 (5,00) que se entiende como totalmente de acuerdo; la valoración de los últimos indicadores mencionados fue efectuada por los empleados de la institución.

Luego de haber obtenido los resultados del análisis por segmento, se logró determinar que, los socios de la institución otorgan la mayor puntuación a la

variable Valor Social y Económico (4,64), al contrario de los empleados que han proporcionado una valoración de (4,20), ambas puntuaciones pueden traducirse como bastante de acuerdo.

Tras los análisis planteados, se puede concluir que para la Feria Libre "Asociación de productores Lacta Pura Pukuchikkuna" efectivamente es importante el valor económico de los productos que comercializan (VALSE1), pero la importancia que le dan no es vista únicamente desde el punto de vista de lo monetario sino que más bien "Se trata de rescatar el valor social del dinero, poniéndolo al servicio de la transformación y del desarrollo de la comunidad, haciendo compatible la rentabilidad económica con el beneficio humano, social y ambiental", tal como lo indica Askunze (2007, pág. 4).

Cuadro 15. Valor Social y Económico Cooperativa de Transportes Urbanos "San Miguel de Ibarra"

Institución	Segmento	Media	VALSE1	VALSE2	VALSE3	VALSE4	VALSE5
Cooperativa de Transportes Urbanos "San Miguel de Ibarra"	Directivo	Media	3,50	5,00	3,50	5,00	5,00
		F	2	2	2	2	2
	Empleado	Media	4,56	4,89	4,33	4,89	4,89
		F	9	9	9	9	9
	Socios	Media	4,75	4,50	4,25	4,50	4,75
		F	4	4	4	4	4
	Clientes	Media	4,33	4,13	4,33	4,40	4,27
		F	15	15	15	15	15
	Total	Media	4,40	4,47	4,27	4,60	4,57
		F	30	30	30	30	30

Fuente: Encuesta aplicada a directivos, empleados, socios y clientes (2019)

Elaboración: Las autoras

El Cuadro 15 refleja que, los indicadores de menor ponderación son VALSE3 (4,27) es decir bastante de acuerdo, considerando el análisis por institución y VALSE1 (3,50) que significa ni en desacuerdo ni de acuerdo, tomando en cuenta el análisis por segmento, ésta última valoración fue otorgada por parte de los directivos de la organización. Además, se puede apreciar que los indicadores de mayor ponderación tanto por institución como por segmento son VALSE4 (4,60) que se traduce como bastante de acuerdo y VALSE2, VALSE4 y VALSE5 (5,00) que significa totalmente de acuerdo respectivamente. Es

necesario considerar que ésta última puntuación fue adjudicada por los directivos de la organización.

Tras haber obtenido los resultados del análisis por segmento, se logró determinar que, los empleados de la institución otorgan la mayor puntuación a la variable Valor Social y Económico (4,71), al contrario de los clientes que han proporcionado una valoración de (4,29), ambas puntuaciones pueden entenderse como totalmente de acuerdo.

Luego de haber desarrollado el análisis respectivo, se puede concluir que para la Cooperativa de Transportes Urbanos "San Miguel de Ibarra" si es importante que el personal empleado tenga experiencia/profesionalidad (VALSE4), esto en vista de la responsabilidad que implica el servicio que brinda la institución. Este planteamiento puede ser justificado por los datos proporcionados en un informe del Children's Hospital of Philadelphia research institute (2019) donde se expone que “los conductores adolescentes (de 16 a 19 años) son víctimas de accidentes de tránsito a una tasa cuatro veces mayor que los conductores adultos (de 25 a 69 años)”. Es precisamente allí donde radica la importancia de contar con experiencia (la misma que se consigue con la práctica) y posterior a ello asumir el reto y la responsabilidad que representa ser transportista público.

Cuadro 16. Valor Social y Económico Cooperativa de Ahorro y Crédito "Bola Amarilla"

Institución	Segmento		VALSE1	VALSE2	VALSE3	VALSE4	VALSE5
Cooperativa de Ahorro y Crédito "Bola Amarilla"	Directivo	Media	5,00	5,00	5,00	1,00	5,00
		F	1	1	1	1	1
	Empleado	Media	4,00	4,17	4,00	4,00	4,50
		F	6	6	6	6	6
	Clientes	Media	4,57	5,00	4,78	4,78	4,87
		F	23	23	23	23	23
	Total	Media	4,47	4,83	4,63	4,50	4,80
		F	30	30	30	30	30

Fuente: Encuesta aplicada a directivos, empleados, socios y clientes (2019)

Elaboración: Las autoras

Por lo establecido en el Cuadro 16, se puede considerar que los indicadores de menor ponderación tanto por institución como por segmento son

VALSE1 (4,47) que se entiende como bastante de acuerdo y VALSE4 (1,00) que se traduce como totalmente en desacuerdo respectivamente. Por otro lado, se tiene que el indicador de mayor ponderación para el análisis por institución y segmento coincide para ambos casos, siendo este VALSE2 (4,83) es decir bastante de acuerdo y (5,00) que significa totalmente de acuerdo con sus respectivas puntuaciones para cada caso. Ésta última valoración fue proporcionada por directivos y clientes de la institución. Luego de haber obtenido los resultados del análisis por segmento, se logró determinar que, los clientes de la institución otorgan la mayor puntuación a la variable Valor Social y Económico (4,80), al contrario de los empleados que han proporcionado una valoración de (4,13), ambas puntuaciones se traducen como bastante de acuerdo.

El análisis desarrollado en las líneas anteriores permite finalizar que, para la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Bola Amarilla" es sumamente importante el servicio al cliente (VALSE2). Este aspecto tiene correlación con los datos proporcionados por Ortiz (2015) donde sostiene que “la atención al cliente prestada por las cooperativas de ahorro y crédito del cantón Rumiñahui en su mayoría es considerada buena” (pág. 86).

Cuadro 17. Valor Social y Económico Unidades de Análisis

Institución	Segmento	Media	VALSE1	VALSE2	VALSE3	VALSE4	VALSE5
Total	Directivo	Media	4,2	4,8	4,2	4	4,8
		F	5	5	5	5	5
	Empleado	Media	4,38	4,63	4,25	4,31	4,75
		F	16	16	16	16	16
	Socios	Media	4,86	4,81	4,76	3,76	4,9
		F	21	21	21	21	21
	Clientes	Media	4,6	4,69	4,66	4,12	4,67
		F	58	58	58	58	58
	Total	Media	4,6	4,71	4,59	4,07	4,74
		F	100	100	100	100	100

Fuente: Encuesta aplicada a directivos, empleados, socios y clientes (2019)

Elaboración: Las autoras

Los datos que se hallan en el Cuadro 17, representan los indicadores por variable que han obtenido la menor y mayor puntuación de forma general, por lo expuesto se puede convenir que el indicador de menor ponderación es VALSE4

(4,07), mientras que el de mayor ponderación es VALSE5 (4,74), ambas puntuaciones pueden ser entendidas como bastante de acuerdo. Estas cifras traducidas a la escala de valoración empleada, demuestran que el Valor Social y Económico de las Unidades de Análisis consideradas, se mantiene en la segunda posición (bastante de acuerdo), tales afirmaciones permiten establecer que las instituciones analizadas efectivamente cumplen con un fin social determinado.

Tras haber obtenido los resultados del análisis por segmento, se logró determinar que, los socios de las tres instituciones analizadas otorgan la mayor puntuación a la variable Valor Social y Económico (4,62), al contrario de los directivos que han proporcionado una valoración de (4,40), ambas puntuaciones se traducen como bastante de acuerdo. En conclusión se puede decir que la importancia del valor económico de los productos y servicios brindados en las distintas unidades de análisis es significativa al igual que el valor social porque se tiene muy presente el servicio al cliente y la calidad de los productos y servicios.

3.4 Valor Social

3.4.1 Valor Social Clientes

Cuadro 18. Valor Social Feria Libre "Asociación de productores LLacta Pura Pukuchikkuna"

Institución	Segmento	VALSC1	VALSC2	VALSC3	VALSC4	
Feria Libre "Asociación de productores LLacta Pura Pukuchikkuna"	Directivo	Media	4,50	4,50	4,50	4,50
		F	2	2	2	2
	Empleado	Media	5,00	5,00	4,00	4,00
		F	1	1	1	1
	Socios	Media	4,94	4,71	5,00	4,94
		F	17	17	17	17
	Clientes	Media	4,35	2,55	3,85	2,95
		F	20	20	20	20
	Total	Media	4,62	3,62	4,37	3,90
		F	40	40	40	40

Fuente: Encuesta aplicada a directivos, empleados, socios y clientes (2019)

Elaboración: Las autoras

Según lo propuesto en el Cuadro 18, se puede establecer que VALSC2 es el indicador de menor ponderación para el caso del análisis tanto por institución como segmento, siendo estas sus puntuaciones respectivas (3,62) que significa ni

en desacuerdo ni de acuerdo y (2,55) que se traduce como bastante en desacuerdo; cabe mencionar que ésta última valoración fue concedida por los clientes de la organización. Se puede determinar además, que el indicador por institución que ha alcanzado la mayor puntuación es VALSC1 (4,62) que se entiende como bastante de acuerdo, mientras que para el caso de indicadores de mayor ponderación por segmento ha ocurrido que VALSC1, VALSC2 y VALSC3 son los mejor puntuados (5,00) puntuación que significa totalmente de acuerdo, estas valoraciones fueron dadas por los empleados y socios de la organización.

Tras haber obtenido los resultados del análisis por segmento, se logró determinar que, los socios de la institución otorgan la mayor puntuación a la variable Valor Social (4,90) que se entiende como bastante de acuerdo, al contrario de los clientes que han proporcionado una valoración de (3,43) que puede entenderse como ni en desacuerdo ni de acuerdo.

Luego de analizar los planteamientos anteriores, se concluye que la Feria Libre "Asociación de productores Llacta Pura Pukuchikkuna" si cumple con sus compromisos sobre calidad y precio (VALSC1), este aspecto es de gran importancia para la organización y representa una fortaleza, puesto que el comercializar productos de buena calidad y que se oferten a un precio justo, le permite ser competitiva y mantenerse vigente dentro del mercado local. Este dato es similar a lo expuesto en un estudio realizado por Ortega, Vera, Villalba y Giménez (2013) en donde se establece que “el 98% de personas consideran que se maneja buen precio y calidad de productos debido a que los mismos productores trasportan y venden sus productos, reduciendo así los costos relacionados a intermediarios que generalmente son repasados a los consumidores” (pág. 11).

Cuadro 19. Valor Social Cooperativa de Transportes Urbanos "San Miguel de Ibarra"

Institución	Segmento		VALSC1	VALSC2	VALSC3	VALSC4
Cooperativa de Transportes Urbanos "San Miguel de Ibarra"	Directivo	Media	5,00	4,50	4,50	5,00
		F	2	2	2	2
	Empleado	Media	4,78	4,44	4,67	4,56
		F	9	9	9	9
	Socios	Media	4,25	4,50	3,50	3,75
		F	4	4	4	4
	Clientes	Media	3,60	3,67	3,20	3,00
		F	15	15	15	15
	Total	Media	4,13	4,07	3,77	3,70
		F	30	30	30	30

Fuente: Encuesta aplicada a directivos, empleados, socios y clientes (2019)

Elaboración: Las autoras

En el Cuadro 19, se puede evidenciar que los indicadores por institución de menor y mayor ponderación son VALSC4 (3,70) y VALSC1 (4,13) respectivamente.

Por otro lado, se puede apreciar que el indicador por segmento de menor ponderación es VALSC4 (3,00) que se traduce como ni en desacuerdo ni de acuerdo, tal puntuación fue adjudicada por los clientes de la institución; para el caso del indicador por segmento de mayor ponderación ocurre un empate en la puntuación entre VALSC1 y VALSC 4, ambos con una valoración de (5,00) misma que fue dada por los directivos de la organización y que significa totalmente de acuerdo.

Luego de haber obtenido los resultados del análisis por segmento, se logró determinar que, los directivos de la institución otorgan la mayor puntuación a la variable Valor Social (4,75) que se traduce como bastante de acuerdo, al contrario de los empleados que han proporcionado una valoración de (3,37) es decir, ni en desacuerdo ni de acuerdo.

Tras el análisis efectuado, se pueden concluir dos aspectos: el primero es que la Cooperativa de Transportes Urbanos "San Miguel de Ibarra" efectivamente cumple con sus compromisos sobre calidad y precio (VALSC1), este dato es similar al proporcionado por Morán (2016) quien manifiesta que "en cuanto a la

evaluación del costo del servicio, para el 73,22% de los encuestados la tarifa es muy buena y buena; mientras que para el 26,78% es regular y mala” (pág. 43), esto permite que la institución sea competitiva dentro del mercado local y que sus clientes se mantengan fieles al servicio que brindan. El segundo aspecto a finiquitar es que la organización no siempre da respuesta a las quejas de sus clientes (VALSC4), ésta situación se convierte en una debilidad, es necesario precisar que este dato tiene similitud con el proporcionado por Morán (2016) quien manifiesta que “se confirma que los usuarios se quejan principalmente del trato irrespetuoso de conductores y cobradores (62,41%), otra queja es que los choferes conducen de forma apresurada para marcar tarjeta en las estaciones indicadas (8,11%)” (pág. 46). Ante esta realidad, es preciso que se tome en consideración las sugerencias y opiniones del colectivo social para lograr una mejora en el servicio que se brinda.

Cuadro 20. Valor Social Cooperativa de Ahorro y Crédito "Bola Amarilla"

Institución	Segmento		VALSC1	VALSC2	VALSC3	VALSC4
Cooperativa de Ahorro y Crédito "Bola Amarilla"	Directivo	Media	4,00	5,00	5,00	5,00
		F	1	1	1	1
	Empleado	Media	4,33	4,33	4,33	4,33
		F	6	6	6	6
	Clientes	Media	4,74	4,22	4,48	4,26
		F	23	23	23	23
	Total	Media	4,63	4,27	4,47	4,30
		F	30	30	30	30

Fuente: Encuesta aplicada a directivos, empleados, socios y clientes (2019)

Elaboración: Las autoras

Según lo propuesto en el Cuadro 20, se puede determinar que los indicadores que han obtenido la menor puntuación tanto por institución como por segmento son VALSC2 (4,27) y VALSC1 (4,00) respectivamente, ambas valoraciones pueden entenderse como bastante de acuerdo, la última valoración descrita fue dada por los directivos de la organización. Por su parte, los indicadores de mayor ponderación para el caso del análisis por institución es VALSC1 (4,63) que se traduce como bastante de acuerdo, mientras que para el caso de análisis por segmento son VALSC2, VALSC3 y VALSC4, los tres con una puntuación de (5,00) que significa totalmente de acuerdo, valoración que fue

adjudicada por los directivos de la organización. Tras haber obtenido los resultados del análisis por segmento, se logró determinar que, los directivos de la institución otorgan la mayor puntuación a la variable Valor Social (4,75), al contrario de los empleados que han proporcionado una valoración de (4,33), ambas puntuaciones pueden entenderse como bastante de acuerdo.

Luego de analizar los planteamientos dados, se puede finiquitar que la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Bola Amarilla" mantiene una valoración positiva incluso en las que fueran sus puntuaciones más bajas, este es un ejemplo fehaciente de que la institución considerada si genera valor social, no obstante siempre es posible mejorar para seguir avanzando y una forma de hacerlo es a través del cumplimiento de sus compromisos de calidad y precio (VALSC1), este aspecto es fundamental para los clientes/socios de las cooperativas de ahorro y crédito. Las consideraciones anteriores coinciden con el planteamiento de Ortiz (2015) quien establece que “el mayor motivo para elegir una cooperativa son los intereses y beneficios que dan a sus socios, generalmente las cooperativas ofrecen un mejor interés que los bancos” (pág. 85).

Cuadro 21. Valor Social Unidades de Análisis

Institución	Segmento		VALSC1	VALSC2	VALSC3	VALSC4
Total	Directivo	Media	4,60	4,60	4,60	4,80
		F	5	5	5	5
	Empleado	Media	4,63	4,44	4,50	4,44
		F	16	16	16	16
	Socios	Media	4,81	4,67	4,71	4,71
		F	21	21	21	21
	Clientes	Media	4,31	3,50	3,93	3,48
		F	58	58	58	58
	Total	Media	4,48	3,95	4,22	3,96
		F	100	100	100	100

Fuente: Encuesta aplicada a directivos, empleados, socios y clientes (2019)

Elaboración: Las autoras

En el Cuadro 21, se revela información acerca de los indicadores por variable de menor y mayor ponderación, por lo expuesto se tiene que: VALSC2 es el indicador que menor puntuación ha obtenido con una valoración de (3,95) que se entiende como ni en desacuerdo ni de acuerdo, mientras que VALSC1 es el indicador mejor puntuado, su valoración es de (4,48) que se traduce como

bastante de acuerdo. Los datos mencionados anteriormente, reflejan que la brecha entre la puntuación más alta y la más baja no es tan amplia y ambas mantienen una valoración positiva, por lo que se puede afirmar que las instituciones analizadas proyectan el valor social que poseen y generan tanto de forma interna como externa.

Tras haber obtenido los resultados del análisis por segmento, se logró determinar que, los socios de las tres instituciones analizadas otorgan la mayor puntuación a la variable Valor Social (4,73) que puede entenderse como bastante de acuerdo, al contrario de los clientes que han proporcionado una valoración de (3,95) que significa ni en desacuerdo ni de acuerdo. Esta valoración es válida ya que al no existir estrategias para comunicar el sentir de la ciudadanía en cuanto a un servicio o producto brindado y las falencias que se percibe desde la apreciación del cliente, simplemente se los exterioriza mediante los trabajos de investigación realizados por estudiantes.

3.4.2 Valor Social para la Comunidad

Cuadro 22. Valor Social Feria Libre "Asociación de productores Llacta Pura Pukuchikkuna"

Institución	Segmento		VALSCO1	VALSCO2	VALSCO3	VALSCO4	VALSCO5
Feria Libre "Asociación de productores LLacta Pura Pukuchikkuna"	Directivo	Media	4,00	2,50	4,50	4,50	4,50
		F	2	2	2	2	2
	Empleado	Media	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
		F	1	1	1	1	1
	Socios	Media	4,47	1,76	4,29	4,76	4,00
		F	17	17	17	17	17
	Clientes	Media	3,55	1,35	2,20	4,60	4,20
		F	20	20	20	20	20
	Total	Media	4,00	1,68	3,28	4,68	4,15
		F	40	40	40	40	40

Fuente: Encuesta aplicada a directivos, empleados, socios y clientes (2019)

Elaboración: Las autoras

El Cuadro 22, expone que el indicador de menor ponderación tanto por institución como por segmento es VALSCO2, con una valoración de (1,68) para el primer caso y (1,35) para el segundo, ésta última otorgada por los clientes de la organización, ambas puntuaciones pueden traducirse como totalmente en desacuerdo. Otro aspecto que se halla señalado es que, los indicadores que han

alcanzado la mayor puntuación en el caso del análisis por institución es VALSCO4 (4,68) que se traduce como bastante de acuerdo, mientras que en el caso del análisis por segmento ocurre que VALSCO1, VALSCO2, VALSCO3, VALSCO4 y VALSCO5 han obtenido una puntuación perfecta (5,00) que significa totalmente de acuerdo, dicha valoración fue realizada por los empleados de la organización.

Luego de haber obtenido los resultados del análisis por segmento, se logró determinar que, los empleados de la institución otorgan la mayor puntuación a la variable Valor Social (5,00) es decir totalmente de acuerdo, al contrario de los clientes que han proporcionado una valoración de (3,18) que significa ni en desacuerdo ni de acuerdo.

De los análisis anteriores, se puede concluir que la Feria Libre "Asociación de productores Llacta Pura Pukuchikkuna" efectivamente se considera parte de la comunidad y se preocupa por su desarrollo (VALSCO4). Como se puede observar en un estudio similar realizado por Muñoz y Rojas (2010), en la cual hacen referencia sobre la relación de las ferias libres con su entorno en cual se obtuvo un 86,2% de respuesta positiva y además nos dicen que “los años que llevan viviendo en el territorio, su identidad territorial y el hecho de ejercer su actividad laboral dentro de su mismo territorio, hacen que los factores que inciden en su percepción y evaluación del concepto territorial sea positiva” (pág. 164).

Cuadro 23. Valor Social Cooperativa de Transportes Urbanos "San Miguel de Ibarra"

Institución	Segmento		VALSCO1	VALSCO2	VALSCO3	VALSCO4	VALSCO5
Cooperativa de Transportes Urbanos "San Miguel de Ibarra"	Directivo	Media	5,00	4,50	5,00	5,00	4,50
		F	2	2	2	2	2
	Empleado	Media	3,89	4,33	4,33	4,67	4,11
		F	9	9	9	9	9
	Socios	Media	4,50	4,75	4,50	4,50	3,75
		F	4	4	4	4	4
	Clientes	Media	2,73	3,13	2,60	3,67	2,47
		F	15	15	15	15	15
	Total	Media	3,47	3,80	3,53	4,17	3,27
		F	30	30	30	30	30

Fuente: Encuesta aplicada a directivos, empleados, socios y clientes (2019)
Elaboración: Las autoras

En el Cuadro 23, se refleja que el indicador de menor ponderación tanto por institución como por segmento coincide para ambos casos y es VALSCO5, cuya puntuación es (3,27) que significa ni en desacuerdo ni de acuerdo y (2,47) respectivamente, ésta última valoración fue adjudicada por los clientes de la organización y se traduce como bastante en desacuerdo. Por otro lado, se expone que el indicador por institución de mayor ponderación es VALSCO4 (4,17) que significa bastante de acuerdo, finalmente, se tiene que los directivos de la organización han otorgado una puntuación de (5,00) es decir, totalmente de acuerdo, a los indicadores VALSCO1, VALSCO3 y VALSCO4, siendo estos los de mayor ponderación según el análisis de indicador por segmento.

Tras haber obtenido los resultados del análisis por segmento, se logró determinar que, los directivos de la institución otorgan la mayor puntuación a la variable Valor Social (4,80) que significa bastante de acuerdo, al contrario de los clientes que han proporcionado una valoración de (2,92) es decir, bastante en desacuerdo.

Los planteamientos anteriores, permiten concluir que la Cooperativa de Transportes Urbanos "San Miguel de Ibarra" tiene una falencia en cuanto a realizar programas de apoyo a los grupos desfavorecidos (VALSCO5), este dato coincide con el proporcionado por Morán (2016) quien manifiesta que en su estudio los encuestados mencionaron que “el trato a estas personas es malo, los choferes no paran los buses para que este grupo vulnerable pueda gozar del servicio. Además, no todas las unidades cuentan con asientos preferenciales para discapacitados o personas de la tercera edad” (pág. 49). Es preciso mejorar este aspecto puesto que tal falencia impide que la institución analizada genere valor social de forma absoluta.

Cuadro 24. Valor Social Cooperativa de Ahorro y Crédito "Bola Amarilla"

Institución	Segmento		VALSCO1	VALSCO2	VALSCO3	VALSCO4	VALSCO5
Cooperativa de Ahorro y Crédito "Bola Amarilla"	Directivo	Media	5,00	5,00	1,00	5,00	5,00
		F	1	1	1	1	1
	Empleado	Media	4,17	3,50	2,83	4,00	4,00
		F	6	6	6	6	6
	Clientes	Media	4,30	2,52	2,39	4,57	2,39
		F	23	23	23	23	23
	Total	Media	4,30	2,80	2,43	4,47	2,80
		F	30	30	30	30	30

Fuente: Encuesta aplicada a directivos, empleados, socios y clientes (2019)

Elaboración: Las autoras

Según lo señalado en el Cuadro 24, se tiene que VALSCO3 es el indicador de menor ponderación tanto por institución como por segmento, con una puntuación de (2,43) que significa bastante en desacuerdo y (1,00) respectivamente. Ésta última valoración fue proporcionada por los directivos de la organización y puede traducirse como totalmente en desacuerdo

Además, se muestra que VALSCO4 es el indicador por institución mejor puntuado, su valoración es de (4,47) que significa bastante de acuerdo. Por su parte VALSCO1, VALSCO2 y VALSCO4 se convierten en los indicadores por segmento de mayor ponderación con una puntuación de (5,00), tal valoración fue entregada por parte de los clientes de la organización y puede ser entendida como totalmente de acuerdo.

Tras haber obtenido los resultados del análisis por segmento, se logró determinar que, los directivos de la institución otorgan la mayor puntuación a la variable Valor Social (4,20) que significa bastante de acuerdo, al contrario de los clientes que han proporcionado una valoración de (3,23) que se traduce como ni en desacuerdo ni de acuerdo.

Luego de haber realizado los análisis respectivos, se puede finalizar que la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Bola Amarilla" no mantiene relaciones transparentes con los políticos locales (VALSCO3) siendo este un aspecto negativo para la institución, puesto que según lo establecido por Rodríguez y

Alvarado (2008) “en el caso de las innovaciones sociales, resulta indispensable la alianza con el sector público para ampliar el impacto de las innovaciones a cualquier escala” (pág. 32).

Por ello, es necesario que la entidad financiera analizada mejore las relaciones que mantiene con los políticos locales, ya que esta acción indudablemente representará una fortaleza para sí misma y para el entorno.

Cuadro 25. Valor Social Unidades de Análisis

Institución	Segmento		VALSCO1	VALSCO2	VALSCO3	VALSCO4	VALSCO5
Total	Directivo	Media	4,60	3,80	4,00	4,80	4,60
		F	5	5	5	5	5
	Empleado	Media	4,06	4,06	3,81	4,44	4,13
		F	16	16	16	16	16
	Socios	Media	4,48	2,33	4,33	4,71	3,95
		F	21	21	21	21	21
	Clientes	Media	3,64	2,28	2,38	4,34	3,03
		F	58	58	58	58	58
	Total	Media	3,93	2,65	3,10	4,46	3,48
		F	100	100	100	100	100

Fuente: Encuesta aplicada a directivos, empleados, socios y clientes (2019)

Elaboración: Las autoras

Según lo plasmado en el Cuadro 25, se puede mencionar que el indicador por variable de menor ponderación es VALSCO2 (2,65) que puede entenderse como bastante en desacuerdo, mientras que el indicador que ha alcanzado la puntuación más alta es VALSCO4 (4,46) que se traduce como bastante de acuerdo.

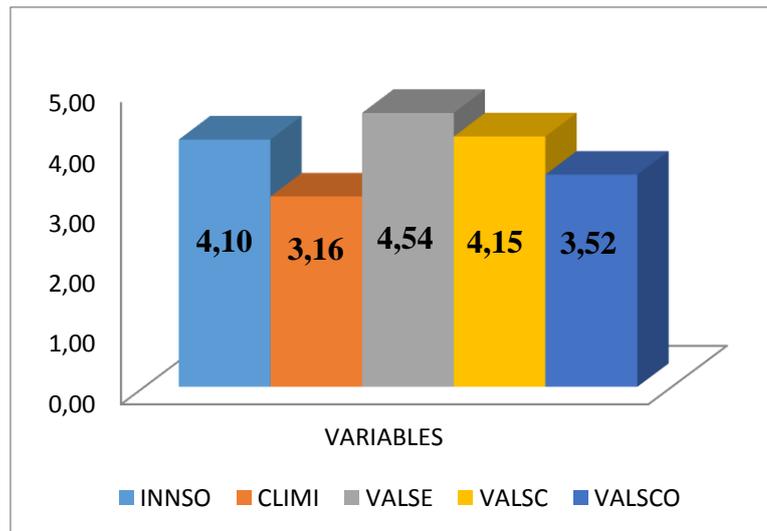
Estos resultados permiten establecer que las tres instituciones analizadas (de modo general), deben poner mayor énfasis en apoyar las actividades culturales y deportivas, puesto que estas acciones también influyen en el valor social que se proyecta hacia la comunidad local.

Tras haber obtenido los resultados del análisis por segmento, se logró determinar que, los directivos de las tres instituciones analizadas otorgan la mayor puntuación a la variable Valor Social (4,36) que significa bastante de acuerdo, al contrario de los clientes que han proporcionado una valoración de (3,13) que

puede traducirse como ni en desacuerdo ni de acuerdo. Esta valoración se la pueda entender por la falta de comunicación por parte de las unidades de análisis con sus respectivos clientes por lo que genera el desconocimiento de las actividades que se realice dentro de las mismas.

3.5 Variables cotejadas

Gráfico 1. Variables cotejadas.

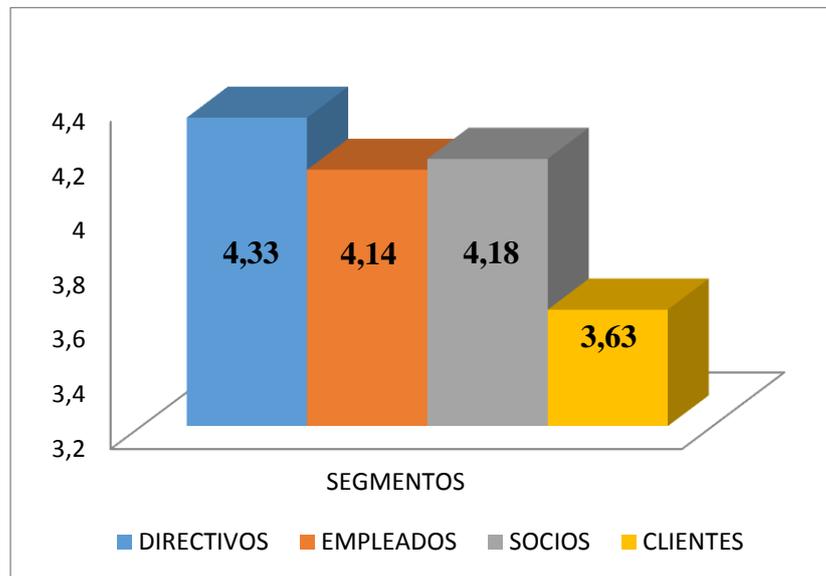


Fuente: Encuesta aplicada a directivos, empleados, socios y clientes (2019)
Elaboración: Las autoras

Tras haber obtenido los resultados de las variables cotejadas, se logró determinar que la variable VALSE (Valor Social) de las tres instituciones analizadas alcanza una puntuación de 4,54 que significa bastante de acuerdo; al contrario de la variable CLIMI (Clima de Innovación) que ha obtenido un 3,16 que se traduce como ni en desacuerdo ni de acuerdo. Por lo tanto y considerando la última puntuación, es necesario seguir trabajando en la conservación y fortalecimiento del Clima de Innovación en las tres unidades de análisis consideradas, esta sugerencia parte no únicamente de los resultados obtenidos, sino también del planteamiento realizado por Dávila, Escobar y Mulett (2012) quienes establecen que “las empresas actualmente buscan por medio de la evaluación del clima de innovación mejorar continuamente el ambiente de la organización, teniendo como resultado la productividad, la satisfacción, efectividad y adaptabilidad de los empleados a la organización” (pág. 107).

3.6 Segmentos cotejados

Gráfico 2. Segmentos cotejados

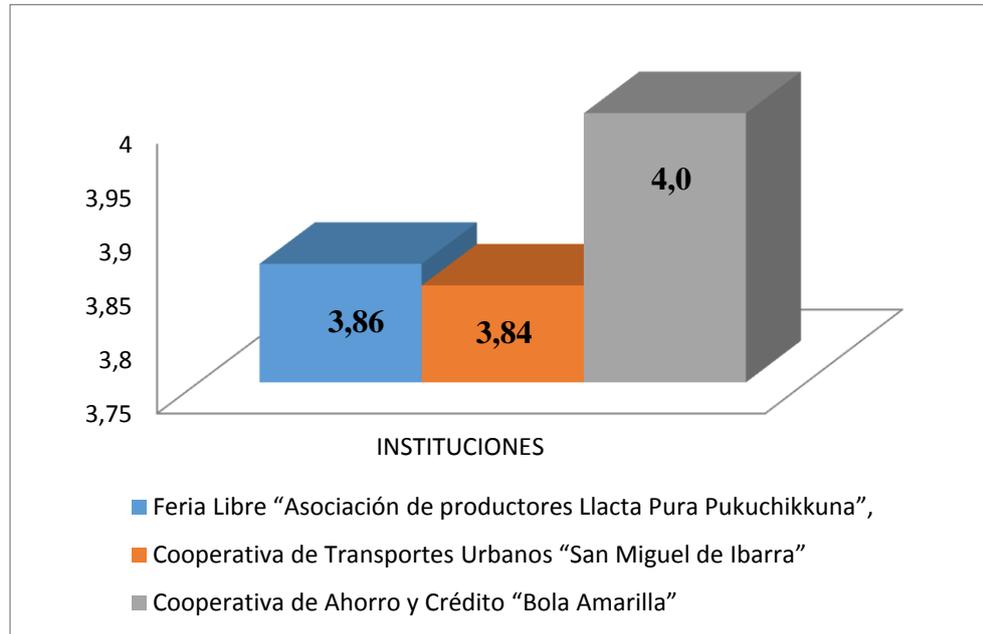


Fuente: Encuesta aplicada a directivos, empleados, socios y clientes (2019)
Elaboración: Las autoras

Tras haber obtenido los resultados de los segmentos cotejados, se logró determinar que el segmento “directivos” de las tres instituciones analizadas ha alcanzado una puntuación de 4,33 que significa bastante de acuerdo; al contrario del segmento “clientes” que ha obtenido un 3,63. Si relacionamos ésta última puntuación con nuestra escala de valoración puede traducirse como ni en desacuerdo ni de acuerdo, por lo tanto es necesario que las tres unidades de análisis consideradas orienten sus esfuerzos a fortalecer la proyección de las acciones de la empresa a sus clientes.

3.7 Instituciones cotejadas

Gráfico 3. Instituciones Cotejadas



Fuente: Encuesta aplicada a directivos, empleados, socios y clientes (2019)
Elaboración: Propia

Tras haber obtenido los resultados de las instituciones cotejadas, se logró determinar que la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Bola Amarilla" ha alcanzado una puntuación de 4,00 que significa bastante de acuerdo, seguida de la Feria Libre "Asociación de productores Llacta Pura Pukuchikkuna" con una puntuación de 3,86, por su parte la Cooperativa de Transportes Urbanos "San Miguel de Ibarra" ha sido la institución que menor puntuación ha obtenido 3,84; las dos últimas puntuaciones pueden traducirse como ni en desacuerdo ni de acuerdo. Los datos especificados anteriormente permiten finiquitar que es necesario que las tres instituciones estudiadas tomen las medidas necesarias y orienten sus esfuerzos hacia la transformación de sus debilidades en fortalezas, con la finalidad de potenciar su capacidad de generar innovación social.

CAPÍTULO IV

4. Propuesta alternativa

4.1 Título

Plan de acción para el fortalecimiento de las variables relativas a la innovación social en los sistemas de organización de la economía solidaria en la ciudad de Ibarra.

4.2 Justificación

Esta propuesta fue diseñada con el propósito de fortalecer las variables relativas a la innovación social en los sistemas de organización de la economía solidaria en la ciudad de Ibarra que presentaron mayores debilidades o falencias.

El primer aporte que tiene el plan de acción es el de contribuir con un marco de análisis a la interrelación entre la innovación social y los sistemas de organización de la economía solidaria en la ciudad de Ibarra, a través de las cinco variables y los veinticinco indicadores.

Las razones que justifican la presente propuesta son las que se describen a continuación:

Al establecer un plan de acción se proporcionará una guía o un camino orientado a transformar las debilidades en fortalezas y por ende a potenciar los sistemas de organización de la economía solidaria.

Es importante plantear de manera concreta cuáles son las medidas sugeridas y las acciones estratégicas que permitirán el fortalecimiento de las variables relativas a la innovación social en los sistemas de organización de economía solidaria.

La Feria Libre “Asociación de productores Llacta Pura Pukuchikkuna”, Cooperativa de Transportes Urbanos “San Miguel de Ibarra” y Cooperativa de Ahorro y Crédito “Bola Amarilla”, serán los beneficiarios directos de la implementación del plan de acción para el fortalecimiento de las variables relativas a la innovación social en los sistemas de organización de la economía

solidaria, puesto que se contrarrestarán las debilidades y falencias que presentaron con respecto a la variable clima de innovación.

4.3 Desarrollo

Cuadro 26. Plan de acción

Recomendación: Fortalecer la variable clima de innovación en los sistemas de organización de la economía solidaria en la ciudad de Ibarra.				
Medidas sugeridas	Acciones estratégicas	Resultados esperados	Recursos	Responsable
Considerar el fortalecimiento de la variable clima de innovación en los sistemas de organización de la economía solidaria en la ciudad de Ibarra.	Ejecutar el plan de acción para el fortalecimiento de las variables relativas a la innovación social en los sistemas de organización de la economía solidaria en la ciudad de Ibarra.	Plan de acción para el fortalecimiento de las variables relativas a la innovación social en los sistemas de organización de la economía solidaria en la ciudad de Ibarra implementado.	Humanos, financieros, materiales y tecnológicos.	Directivos de los sistemas de organización de la economía solidaria.
Establecer mecanismos que promuevan la confianza y propicien el espacio para aceptar sugerencias y discutir nuevas ideas con la finalidad de fortalecer la innovación social de los sistemas de organización de la economía solidaria.	Generar mesas de diálogo entre todos los miembros que integran los distintos sistemas de organización de la economía solidaria para analizar el desempeño de la organización y proponer alternativas que les permitan potenciarse de manera conjunta.	Mensualmente se desarrollará una mesa de diálogo orientada a fortalecer tanto los sistemas de organización de la economía solidaria como sus miembros.	Humanos, financieros, materiales y tecnológicos.	Directivos, socios y empleados de los sistemas de organización de la economía solidaria.

<p>Proporcionar las herramientas necesarias para atender y resolver las inconformidades o sugerencias que presenten los clientes de los distintos sistemas de organización de la economía solidaria, para mejorar sus procesos de innovación social.</p>	<p>Capacitar al personal que labora en la oficina de atención al cliente (o a la directiva en caso de que no exista tal departamento) para garantizar el manejo y direccionamiento apropiado de los reclamos, quejas o sugerencias emitidas por los clientes.</p>	<p>Anualmente se desarrollará una capacitación sobre manejo y direccionamiento apropiado de los reclamos, quejas o sugerencias emitidas por los clientes.</p>	<p>Humanos, financieros, materiales y tecnológicos.</p>	<p>Directivos, empleados, socios y clientes de los sistemas de organización de la economía solidaria.</p>
	<p>Implementar un dispositivo calificador de atención para medir la satisfacción del cliente con respecto a la calidad de los productos y servicios que proporcionan los sistemas de organización de economía solidaria.</p>	<p>Dispositivo calificador de atención implementado en los sistemas de organización de economía solidaria.</p>		

Elaboración: La autoras

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

-Se analizaron los sistemas o formas de organización de la economía solidaria en la ciudad de Ibarra, a través del manejo y uso de cinco variables; las mismas que permitieron determinar en qué medida las iniciativas contenidas en la economía solidaria generan innovación social.

-Se establecieron los fundamentos conceptuales de la economía solidaria e innovación social, tales aspectos permitieron el entendimiento y comprensión del objeto y objetivo de estudio, así como el sustento teórico de la investigación.

-Se diagnosticó cómo se manejan los procesos de innovación social que desarrollan los sistemas de organización de la economía solidaria, siendo la variable Clima de Innovación la que ha obtenido las valoraciones más bajas y por ende refleja las debilidades de las iniciativas de economía solidaria de la ciudad de Ibarra.

- Se elaboró un plan de acción para el fortalecimiento de las variables relativas a la innovación social en los sistemas de organización de la economía solidaria en la ciudad de Ibarra, este documento servirá de guía y propiciará el fortalecimiento de las debilidades que presentan las distintas unidades de análisis.

- Se logró determinar que la institución que mayor grado de innovación social genera es la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Bola Amarilla”, seguida de la Feria Libre “Asociación de productores Lacta Pura Pukuchikkuna”, por su parte la Cooperativa de Transportes Urbanos “San Miguel de Ibarra” es la institución que menor grado de innovación social genera.

Recomendaciones

- Los dirigentes de las distintas unidades de análisis, identifiquen y conozcan las debilidades en cuanto a innovación social se refiere de cada una de las instituciones a las que representan, para contrarrestar sus falencias y posteriormente convertirlas en sus fortalezas; o en su defecto, para continuar potencializando su desempeño.

-Se recomienda que las unidades de análisis consideradas implementen el plan de acción propuesto para mejorar los procesos de innovación social.

-Buscar convenios con las instituciones de gobierno con el objetivo de brindar servicio técnico y acompañamiento de talento humano para la realización de investigaciones de mercado constantemente. Para tener conocimiento sobre los productos y servicios de gran acogida por la ciudadanía.

BIBLIOGRAFÍA

- Alfonso, C. (2018). *Diagnóstico del clima organizacional de la empresa de transporte Sotram S.A y planteamiento de propuesta para disminuir el índice de rotación de personal*. Bogotá.
- Alvira Martin, F. (2011). *La encuesta: una perspectiva general metodológica*. CIS.
- Anguita, F., Duarte, B., & Flores, S. (2013). Situación actual del transporte público urbano: la visión de las empresas operadoras. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 16-22.
- Arcos, C., Suárez, M., & Zambrano, S. (2015). Procesos de innovación social (IS) como fuente de transformación social de comunidades rurales. *Revista Academia y Virtualidad*, 85-99.
- Askunze, C. (2007). *Economía Solidaria*. Madrid.
- Cañedo, D., Martínez, R., Cervantes, M., & López, J. (2017). El clima organizacional y el desempeño de una mipyme agrícola de Guasave Sinaloa. *V Congreso Virtual Internacional sobre Transformación e innovación en las organizaciones*, 85-116.
- Cedeño, N. (2012). *La investigación mixta, estrategia andragógica fundamental para fortalecer las capacidades intelectuales superiores*. Guayaquil, Guayas, Ecuador. Obtenido de <https://tinyurl.com/yx6crjg5>
- Centro Ecuatoriano de Investigación Geográfica.(1984). *Quito: Aspectos geográficos de su dinamismo*. Quito.
- Children's Hospital of Philadelphia research institute. (2019). *La experiencia ayuda a desarrollar un buen conductor*. Filadelfia. Recuperado el 22 de Noviembre de 2019, de <https://tinyurl.com/rtqv3s6>
- Coello, G., & Zamora, R. (2015). *Las ferias libres en Tungurahua y su importancia para las economías locales*. Tungurahua.

- Conejero , E., & Redondo , J. (2016). *La innovación social desde el ámbito público: Conceptos, experiencias y obstáculos*. Madrid.
- Da Ros, G. (1985). El cooperativismo de ahorro y crédito en el Ecuador. *Revista de Idelcoop*.
- Dávila , D., Escobar , A., & Mulett, L. (2012). *El clima organizacional en las empresas innovadoras del siglo XXI*. Bucaramanga .
- De la Fuente, H., & Díaz, I. (2013). Análisis de los factores determinantes de la calidad percibida del servicio prestado por una cooperativa de ahorro y crédito: una aplicación basada en modelos de ecuaciones estructurales. *Revista chilena de ingeniería, vol. 21 N° 2, 232-247*.
- De la Mata , G. (2014). *Manual de Innovación Social: De la idea al proyecto*.
Obtenido de <https://tinyurl.com/r362xe2>
- Delgado, G. (2018). *Análisis de los beneficios mutuos entre actores participantes de la feria libre “Asociación de productores Llacta Pura Pukchikkuna” de la ciudad de Ibarra, provincia Imbabura*. Ibarra.
- Dipas, B. (2015). *Aplicación de instrumentos de evaluación: rúbrica, prueba objetiva y ficha de observación “rupof” para evidenciar las capacidades resolutivas del área de matemática de los estudiantes del primer grado “C. Arequipa*.
- Etxezarreta, E., Etxezarreta, A., Zurbano, M., & Estensoro, M. (2015). *Innovación Social, Políticas Públicas y Economía Social y Solidaria*. Bilbao: REAS.
Obtenido de <https://tinyurl.com/u9jev69>
- Fabila, A., Minami, H., & Izquierdo, M. (2013). La escala de Likert en la evaluación docente: acercamiento a sus características y principios metodológicos. *Perspectivas docentes 50, 31-40*.
- García, T. (2003). *El cuestionario como instrumento de investigación/evaluación*. Almendralejo.
- Guerra , P. (2010). *La economía solidaria en Latinoamérica* . Montevideo .

- Gutiérrez, N. (2009). *Las cooperativas de ahorro y crédito en Ecuador y sus transformaciones durante los últimos diez años*. . Quito.
- Hernández Ascanio, J., Tirado Valencia, P., & Ariza Montes, A. (2016). “El concepto de innovación social: ambitos, definiciones y alcances teóricos”. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 88, 165-199.
- Herrera, M., Díaz, R., & Rodríguez, M. (2016). Innovación social comunitaria: miradas a una experiencia de ocupación de vivienda. *Cuadernos de Trabajo Social (Vol.29-2)*, 225-238.
- Kawulich, B. (2005). La observación participante como método de recolección de datos 1. *Forum: qualitative social research (Vol. 6, No. 2)*, 1-32.
- Ley de Cooperativas*. (2001).
- Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria . (2014). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria*. (Registro Oficial 444 de 10-may.-2011, Ed.)
- Ley Orgánica de Transporte Terrestre, T. y. (2008). *Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial*.
- Llamuca, V. (2015). *Evaluación y propuesta de mejoramiento de los procesos administrativos y operativos de la cooperativa de transporte Calderón*. Recuperado el 26 de Febrero de 2019, de <https://tinyurl.com/y3soxebh>
- López Gutiérrez, J. C. (2019). *"Iniciativas de la economía solidaria como procesos de innovación social en la ciudad de Ibarra"*. Ibarra.
- López, J. C., & Pérez, I. (2018). ¿Por qué es necesaria una didáctica específica para la educación superior? *Ecociencia* .
- López, P. (2004). Población muestra y muestreo. *Scielo*, 69-74.
- Messias , J., & Battisti, L. (2017). *Economía Solidaria: las perspectivas Latinoamericana y Europea*. Manaus.

- Miño, W. (2013). *Historia del Cooperativismo en el Ecuador*. Quito: Editogran S.A.
- Morán , G. (2016). *Análisis a la calidad del servicio de transporte urbano de buses en la ciudad de Esmeraldas desde la óptica del usuario*. Esmeraldas. Recuperado el 22 de Noviembre de 2019, de <https://tinyurl.com/sxn4vdj>
- Muñoz, T., & Rojas , T. (2010). *Crecimiento comercial y calidad de vida de microempresarios de ferias libres de la comunidad de Peñalolén*. Santiago.
- Obando , D. (2009). *Economía solidaria: ¿en función de un desarrollo alternativo o de un neocapitalismo?* Ecuador .
- Observatorio Valenciano de la Economía Social. (2019). *Cooperativas de servicios y transportes*. Recuperado el 11 de Febrero de 2019, de Observatorio Valenciano de la Economía Social: <https://tinyurl.com/rxc7ayt>
- Ortega, C., Vera, C., Villalba, M., & Giménez, M. (2013). Comportamiento del consumidor en el Mercado Municipal y en la Feria Libre de Productores de Pedro Juan Caballero. *6°ecaeco*.
- Ortiz, D. (2015). *Análisis de satisfacción del cliente de las empresas financieras bajo la modalidad de economía popular y solidaria del cantón Rumiñahui*. Sangolquí. Recuperado el 20 de noviembre de 2019, de <https://tinyurl.com/sdkare6>
- Paiva, V. (2004). ¿Qué es el tercer sector? *Revista Científica de UCES*, 99-116.
- Pérez, J., Etxezarreta, E., & Guridi, L. (2009). *Economía Social, Empresa Social y Economía Solidaria: diferentes conceptos para un mismo debate*. Recuperado el 26 de Febrero de 2019, de <https://tinyurl.com/y4okalsm>
- Piacente, T. (2009). Instrumentos de evaluación psicológica no tipificados. Observación, entrevista y encuesta. Consideraciones generales. 1-11.

- Ramírez , R., Acosta, G., Romero, E., & Icaza, P. (2016). *Asociatividad y cooperación en la base de la economía popular y solidaria*. Ecuador.
- Razeto, L. (2010). *¿Qué es la economía solidaria?* Chile .
- Red de Economía Alternativa y Solidaria de Euskadi. (2015). *Economía Solidaria y Políticas Públicas. Europa*. Bilbao.
- Reglamento General a la Ley De Cooperativas*. (1966).
- Rodriguez, A., & Alvarado, H. (2008). *Claves de innovación social en América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Rodríguez, A., & Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *EAN*. Obtenido de <https://tinyurl.com/tk5cqsu>
- Ruiz, M., & Lemaitre, A. (2016). Economía solidaria en el Ecuador: institucionalización y tipos de organizaciones. *Ciências Sociais Unisinos*, vol. 52, núm. 3, 282-298.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2015). La Economía Popular y Solidaria, un eje clave del sistema económico. *Chakana* , 16.
- SENPLADES. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017*. Recuperado el 26 de Febrero de 2019, de <https://tinyurl.com/y6drc2cp>
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (2019). *Superintendencia de Economía Popular y Solidaria*. Obtenido de Superintendencia de Economía Popular y Solidaria: <http://www.seps.gob.ec/noticia?conoce-la-eps>
- Valle , L. (2017). *Determinantes de la innovación social. Un estudio empírico en empresas de economía social*.
- Williams, L. (2013). *Estudio diagnóstico del clima laboral en una dependencia pública*. Monterrey. Obtenido de <https://tinyurl.com/ur45yvk>

ANEXOS

Anexo 1

Instrumentos de investigación a empleados

ENCUESTA A EMPLEADOS SOBRE LOS PROCESOS DE INNOVACIÓN SOCIAL EN LAS INICIATIVAS DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA EN LA CIUDAD DE IBARRA

DATOS GENERALES

0	Nombre de la institución		0
1	Región	Sierra	1
		Costa	2
		Amazonía	3
2	Área	Urbano	1
		Rural	2
3	Cantón Área		1
4	Cargo	Directivo	1
		Empleado	2
		Otro	3
5	Género	Masculino	1
		Femenino	2
		Otros (Por favor especifica)	3
		Prefiero no decir	4
6	Edad	1	

ENCUESTA A EMPLEADOS SOBRE LOS PROCESOS DE INNOVACIÓN SOCIAL EN LAS INICIATIVAS DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA EN LA CIUDAD DE IBARRA

7	Autodefinición étnica	Mestizo		1
		Montubio		2
		Afroecuatoriano		3
		Indígena		4
		Blanco		5
		Extranjero		6

8	Nivel educacional	Primaria		1
		Educación básica		2
		Educación media bachillerato		3
		Superior		4
		Cuarto nivel (maestría)		5
		Ninguno		6

9	Tiempo de trabajo en la institución		1
---	-------------------------------------	--	---

10	Tipo de dedicación en la institución	Tiempo completo (40 horas)		1
		Medio tiempo (menos de 40 horas)		2

11	Puesto	A nombramiento		1
		Contrato ocasional		2
		Nombramiento provisional		3
		Otro		4

ENCUESTA A EMPLEADOS SOBRE LOS PROCESOS DE INNOVACIÓN SOCIAL EN LAS INICIATIVAS DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA EN LA CIUDAD DE IBARRA

ENCUESTA

VARIABLE		DESCRIPCIÓN (significado)				
EMPRESARIADO SOCIAL		<p>La variable emprendimiento social es entendida como un proceso donde alguien, de una manera y con una intención determinada descubre, evalúa y explota las oportunidades, creando bienes y servicios.</p> <p>Esta escala se orienta a indagar sobre el papel de las empresas para influir, por ejemplo, en el cambio social, la gestión de proyectos de resolución de problemas sociales y la implementación de nuevas soluciones para la resolución de problemas sociales.</p>				
Item	PREGUNTAS	VALORACIONES				
		Totalmente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	Bastante de acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
EMPS 1	Nuestro equipo directivo está definiendo una misión clara para crear valor social (no sólo para ganar dinero)					
EMPS 2	Nuestro equipo directivo está reconociendo nuevas oportunidades para cumplir con nuestra misión					
EMPS 3	Nuestro equipo directivo está preocupado profundamente de los resultados creados por el cumplimiento de nuestra misión					
EMPS 4	Nuestro equipo directivo busca ser un "agente transformador del mundo" a través de la realización de nuestra misión					
EMPS 5	Nuestro equipo directivo está adoptando una misión para sostener el valor social (no sólo la obtención de beneficios)					

ENCUESTA A EMPLEADOS SOBRE LOS PROCESOS DE INNOVACIÓN SOCIAL EN LAS INICIATIVAS DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA EN LA CIUDAD DE IBARRA

EMPS 6	Nuestro equipo directivo está participando en un proceso de innovación continua relacionado con nuestra misión					
EMPS 7	Nuestro equipo directivo está participando en un proceso de aprendizaje continuo relacionado con nuestra misión					

VARIABLE		DESCRIPCIÓN (significado)				
INNOVACIÓN SOCIAL		<p>La innovación social puede ser entendida como nuevas soluciones (productos, servicios, modelos, mercados, procesos, etc.) que responden simultáneamente a una necesidad social (de manera más efectiva que las soluciones existentes) y que llevan a nuevas y mejoradas capacidades y relaciones y a un mejor uso de los recursos.</p> <p>La innovación social en este estudio se concibió en conocer si desde las instituciones de la Economía Social y Solidaria, se realizan trabajos que ayuden a resolver problemas sociales o satisfacer necesidades sociales de la comunidad, generar ideas para satisfacer las necesidades de la comunidad, elaborar productos o servicios que satisfacen las necesidades de la comunidad y se evalúa el impacto que los productos o los servicios tienen sobre la comunidad.</p>				
Item	PREGUNTAS	VALORACIONES				
		Totalmente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	Bastante de acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
INNSO 1	En su organización se desarrolla un trabajo beneficioso para la comunidad (ayuda a resolver problemas sociales o satisfacer una necesidad social)					

ENCUESTA A EMPLEADOS SOBRE LOS PROCESOS DE INNOVACIÓN SOCIAL EN LAS INICIATIVAS DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA EN LA CIUDAD DE IBARRA

INNSO 2	En su organización se identifican las necesidades de la comunidad					
INNSO 3	En su organización se generan ideas para satisfacer las necesidades de la comunidad					
INNSO 4	En su organización se elaboran productos y / o servicios que satisfacen las necesidades de la comunidad					
INNSO 5	En su organización se evalúa el impacto que los productos y / o servicios tienen sobre la comunidad					
INNSO 6	En su organización se ha lanzado un producto o servicio deseado por la comunidad local en los últimos 12 meses					

VARIABLE		DESCRIPCIÓN (significado)				
INNOVACIÓN SOCIAL		<p>La innovación social puede ser entendida como nuevas soluciones (productos, servicios, modelos, mercados, procesos, etc.) que responden simultáneamente a una necesidad social (de manera más efectiva que las soluciones existentes) y que llevan a nuevas y mejoradas capacidades y relaciones y a un mejor uso de los recursos.</p> <p>La innovación social en este estudio se concibió en conocer si desde las instituciones de la Economía Social y Solidaria, se realizan trabajos que ayuden a resolver problemas sociales o satisfacer necesidades sociales de la comunidad, generar ideas para satisfacer las necesidades de la comunidad, elaborar productos o servicios que satisfacen las necesidades de la comunidad y se evalúa el impacto que los productos o los servicios tienen sobre la comunidad.</p>				
Item	PREGUNTAS	VALORACIONES				
		Totalmente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	Bastante de acuerdo	Totalmente de acuerdo

ENCUESTA A EMPLEADOS SOBRE LOS PROCESOS DE INNOVACIÓN SOCIAL EN LAS INICIATIVAS DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA EN LA CIUDAD DE IBARRA

		1	2	3	4	5
INNSC 1	En comparación con sus competidores, su organización acepta pedidos de productos y / o servicios muy distintos a los existentes					
INNSC 2	En comparación con sus competidores, su organización inventa nuevos productos y / o servicios					
INNSC 3	En comparación con sus competidores, su organización experimenta con nuevos productos y / o servicios en el mercado local					
INNSC 4	En comparación con sus competidores, su organización comercializa productos y / o servicios que son completamente nuevos para la empresa					
INNSC 5	En comparación con sus competidores, su organización aprovecha nuevas oportunidades en nuevos mercados frecuentemente					

VARIABLE		DESCRIPCIÓN (significado)				
CLIMA DE INNOVACIÓN (empleados)		El clima de innovación es entendido como la percepción del personal de la organización (empleados) sobre el lugar de trabajo donde se describen los estímulos a la innovación, los recursos en el lugar de trabajo y las habilidades de gestión de la innovación. En nuestro estudio se mide el ambiente de flexibilidad para la creación de ideas y la articulación de procesos organizacionales que brinden soporte al proceso de desarrollo de la innovación.				
Item	PREGUNTAS	VALORACIONES				
		Totalmente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	Bastante de acuerdo	Totalmente de acuerdo

ENCUESTA A EMPLEADOS SOBRE LOS PROCESOS DE INNOVACIÓN SOCIAL EN LAS INICIATIVAS DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA EN LA CIUDAD DE IBARRA

		1	2	3	4	5
CLIMIE 1	En su trabajo diario, los EMPLEADOS de su organización, adoptan frecuentemente la CONDUCTA de buscar cómo mejorar los procesos, tecnología, productos, servicios o relaciones de trabajo existentes					
CLIMIE 2	En su trabajo diario, los EMPLEADOS de su organización, adoptan frecuentemente la CONDUCTA de proponer ideas creativas					
CLIMIE 3	En su trabajo diario, los EMPLEADOS de su organización, adoptan frecuentemente la CONDUCTA de probar las nuevas ideas, tratando de evaluarlas					
CLIMIE 4	En su trabajo diario, los EMPLEADOS de su organización, adoptan frecuentemente la CONDUCTA de promover y defender las nuevas ideas de otros					
CLIMIE 5	En su trabajo diario, los EMPLEADOS de su organización, adoptan frecuentemente la CONDUCTA de tratar de persuadir a los demás de la importancia de una nueva idea o solución					
CLIMIE 6	En su trabajo diario, los EMPLEADOS de su organización, adoptan frecuentemente la CONDUCTA de tratar de encontrar los fondos necesarios para poner en marcha las nuevas ideas					
CLIMIE 7	En su trabajo diario, los EMPLEADOS de su organización, adoptan frecuentemente la CONDUCTA de desarrollar planes y programas adecuados para implantar las nuevas ideas					

ENCUESTA A EMPLEADOS SOBRE LOS PROCESOS DE INNOVACIÓN SOCIAL EN LAS INICIATIVAS DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA EN LA CIUDAD DE IBARRA

CLIMIE 8	En su trabajo diario, los EMPLEADOS de su organización, adoptan frecuentemente la CONDUCTA, en general, de ser innovadores					
----------	--	--	--	--	--	--

VARIABLE		DESCRIPCIÓN (significado)				
CLIMA DE INNOVACIÓN (empleados)		El clima de innovación es entendido como la percepción del personal de la organización (empleados) sobre el lugar de trabajo donde se describen los estímulos a la innovación, los recursos en el lugar de trabajo y las habilidades de gestión de la innovación. En nuestro estudio se mide el ambiente de flexibilidad para la creación de ideas y la articulación de procesos organizacionales que brinden soporte al proceso de desarrollo de la innovación.				
Item	PREGUNTAS	VALORACIONES				
		Totalmente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	Bastante de acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
CLIMI 1	En su organización las nuevas ideas son aceptadas con facilidad					
CLIMI 2	En su organización se responde rápidamente cuando es necesario hacer cambios					
CLIMI 3	En su organización la dirección detecta con rapidez la necesidad de hacer cosas diferentes					
CLIMI 4	En su organización los empleados siempre están buscando nuevas maneras de detectar los problemas existentes					
CLIMI 5	En su organización es fácil disponer de asistencia para el desarrollo de nuevas ideas					

ENCUESTA A EMPLEADOS SOBRE LOS PROCESOS DE INNOVACIÓN SOCIAL EN LAS INICIATIVAS DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA EN LA CIUDAD DE IBARRA

CLIMI 6	En su organización se es muy flexible y se puede cambiar rápidamente los procedimientos para satisfacer nuevas condiciones y resolver nuevos problemas detectados					
---------	---	--	--	--	--	--

VARIABLE		DESCRIPCIÓN (significado)				
VALOR SOCIAL (empleados)		Hace referencia a los bienes y servicios necesarios proporcionados por las organizaciones, con un fin social determinado y apoyado por políticas incluyentes y justas, que ayudan a la mejora de la sociedad mediante la eliminación de barreras a la inclusión social o la asistencia a los necesitados, a fin de mitigar efectos secundarios indeseables y potenciando valores tales como la libertad, la igualdad y la tolerancia.				
Item	PREGUNTAS	VALORACIONES				
		Totalmente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	Bastante de acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
VALSE 1	La dirección de la organización tiene en cuenta los intereses de los trabajadores para la toma de decisiones					
VALSE 2	La dirección de la organización apoya a los trabajadores dispuestos a seguir una formación					
VALSE 3	La dirección de la organización ayuda a los trabajadores a lograr un equilibrio entre trabajo y vida familiar					
VALSE 4	La dirección de la organización entiende la importancia del empleo estable					

ENCUESTA A EMPLEADOS SOBRE LOS PROCESOS DE INNOVACIÓN SOCIAL EN LAS INICIATIVAS DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA EN LA CIUDAD DE IBARRA

VALSE 5	La dirección de la organización desarrolla regularmente programas de capacitación para los trabajadores					
---------	---	--	--	--	--	--

VARIABLE		DESCRIPCIÓN (significado)				
VALOR SOCIAL Y ECONÓMICO		Hace referencia a los bienes y servicios necesarios proporcionados por las organizaciones, con un fin social determinado y apoyado por políticas incluyentes y justas, que ayudan a la mejora de la sociedad mediante la eliminación de barreras a la inclusión social o la asistencia a los necesitados, a fin de mitigar efectos secundarios indeseables y potenciando valores tales como la libertad, la igualdad y la tolerancia.				
Item	PREGUNTAS	VALORACIONES				
		Totalmente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	Bastante de acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
VALSE 1	Para la organización es importante el valor económico de los productos					
VALSE 2	Para la organización es importante el servicio al cliente					
VALSE 3	Para la organización es importante el precio de los productos y servicios					
VALSE 4	Para la organización es importante la profesionalidad / experiencia del personal					
VALSE 5	Para la organización es importante la calidad de los productos o servicios					

ENCUESTA A EMPLEADOS SOBRE LOS PROCESOS DE INNOVACIÓN SOCIAL EN LAS INICIATIVAS DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA EN LA CIUDAD DE IBARRA

VARIABLE		DESCRIPCIÓN (significado)				
VALOR SOCIAL (clientes)		Hace referencia a los bienes y servicios necesarios proporcionados por las organizaciones, con un fin social determinado y apoyado por políticas incluyentes y justas, que ayudan a la mejora de la sociedad mediante la eliminación de barreras a la inclusión social o la asistencia a los necesitados, a fin de mitigar efectos secundarios indeseables y potenciando valores tales como la libertad, la igualdad y la tolerancia.				
Item	PREGUNTAS	VALORACIONES				
		Totalmente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	Bastante de acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
VALSC 1	Su organización cumple con sus compromisos sobre calidad y precio					
VALSC 2	Su organización informa a los clientes sobre el uso apropiado y los riesgos de los productos					
VALSC 3	Su organización toma las medidas necesarias para evitar quejas de los clientes					
VALSC 4	Su organización da respuesta a las quejas de los clientes					

VARIABLE		DESCRIPCIÓN (significado)				
VALOR SOCIAL (para la comunidad)		Hace referencia a los bienes y servicios necesarios proporcionados por las organizaciones, con un fin social determinado y apoyado por políticas incluyentes y justas, que ayudan a la mejora de la sociedad mediante la eliminación de barreras a la inclusión social o la asistencia a los necesitados, a fin de mitigar efectos secundarios indeseables y potenciando valores tales como la libertad, la igualdad y la tolerancia.				
Item	PREGUNTAS	VALORACIONES				
		Totalmente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	Bastante de acuerdo	Totalmente de acuerdo

ENCUESTA A EMPLEADOS SOBRE LOS PROCESOS DE INNOVACIÓN SOCIAL EN LAS INICIATIVAS DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA EN LA CIUDAD DE IBARRA

		Totalmente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	Bastante de acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
VALSCO 1	Su organización toma en cuenta los intereses de la comunidad local para la toma de decisiones					
VALSCO 2	Su organización apoya las actividades culturales y deportivas					
VALSCO 3	Su organización mantiene relaciones transparentes con los políticos locales					
VALSCO 4	Su organización se considera parte de la comunidad y se preocupa por su desarrollo					
VALSCO 5	Su organización realiza programas de apoyo a los grupos desfavorecidos					

Instrumentos de investigación a clientes

ENCUESTA A CLIENTES SOBRE LOS PROCESOS DE INNOVACIÓN SOCIAL EN LAS INICIATIVAS DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA EN LA CIUDAD DE IBARRA

ENCUESTA A CLIENTES SOBRE LOS PROCESOS DE INNOVACIÓN SOCIAL EN LAS INICIATIVAS DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA EN LA CIUDAD DE IBARRA

MUESTRA:

- Clientes de las instituciones de la Economía Social y Solidaria de la ciudad de Ibarra

INSTRUCCIONES:

Le agradecemos mucho su disposición a responder este cuestionario.

Con su ayuda mejoraremos el conocimiento sobre el modo en que se realiza la innovación social en las instituciones de Economía Social y Solidaria en nuestra ciudad de Ibarra.

Aspectos a considerar:

- El cuestionario se contesta de forma sencilla (15 minutos aproximadamente).
- Marque con una equis (X) la respuesta más conveniente según su opinión.
- Por favor, conteste a TODAS las preguntas. No existen respuestas incorrectas. Sólo queremos conocer SU OPINIÓN ya que es importante para nosotros. Si en alguna pregunta no está totalmente seguro de la respuesta, no importa, nos interesa SU ESTIMACIÓN y puede asesorarse con nuestros encuestadores presentes.
- Toda la información obtenida será tratada de forma confidencial y global para fines, únicamente, de investigación en el ámbito universitario; de manera que nos permitirá hacer análisis basados en sus opiniones.

DATOS GENERALES

1	Región	Sierra	1
		Costa	2
		Amazonía	3

ENCUESTA A CLIENTES SOBRE LOS PROCESOS DE INNOVACIÓN SOCIAL EN LAS INICIATIVAS DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA EN LA CIUDAD DE IBARRA

2	Área	Urbano	1
		Rural	2

3	Cantón Área		1
---	-------------	--	---

4	Género	Masculino	1
		Femenino	2
		Otros (Por favor especifica)	3
		Prefiero no decir	4

5	Edad		1
---	------	--	---

6	Autodefinición étnica	Mestizo	1
		Montubio	2
		Afroecuatoriano	3
		Indígena	4
		Blanco	5
		Extranjero	6

7	Nivel educacional	Primaria	1
		Educación básica	2
		Educación media bachillerato	3
		Superior	4
		Cuarto nivel (maestría)	5
		Ninguno	6

ENCUESTA A CLIENTES SOBRE LOS PROCESOS DE INNOVACIÓN SOCIAL EN LAS INICIATIVAS DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA EN LA CIUDAD DE IBARRA

8	Frecuencia en el uso de los servicios de la institución	Diario	1
		Dos o tres veces a la semana	2
		Semanal	3
		Cada quince días	4
		Mensual	5
		Semestral	6
		Esporádicamente	7

ENCUESTA

VARIABLE	DESCRIPCIÓN (significado)						
INNOVACIÓN SOCIAL	<p>La innovación social puede ser entendida como nuevas soluciones (productos, servicios, modelos, mercados, procesos, etc.) que responden simultáneamente a una necesidad social (de manera más efectiva que las soluciones existentes) y que llevan a nuevas y mejoradas capacidades y relaciones y a un mejor uso de los recursos.</p> <p>La innovación social en este estudio se concibió en conocer si desde las instituciones de la Economía Social y Solidaria, se realizan trabajos que ayuden a resolver problemas sociales o satisfacer necesidades sociales de la comunidad, generar ideas para satisfacer las necesidades de la comunidad, elaborar productos o servicios que satisfacen las necesidades de la comunidad y se evalúa el impacto que los productos o los servicios tienen sobre la comunidad.</p>						
Item	PREGUNTAS		VALORACIONES				
			Totalmente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	Bastante de acuerdo	Totalmente de acuerdo

ENCUESTA A CLIENTES SOBRE LOS PROCESOS DE INNOVACIÓN SOCIAL EN LAS INICIATIVAS DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA EN LA CIUDAD DE IBARRA

		1	2	3	4	5
INNSO 1	En la organización de la cual usted es cliente se desarrolla un trabajo beneficioso para la comunidad (ayuda a resolver problemas sociales o satisfacer una necesidad social)					
INNSO 2	En la organización de la cual usted es cliente se identifican las necesidades de la comunidad					
INNSO 3	En la organización de la cual usted es cliente se generan ideas para satisfacer las necesidades de la comunidad					
INNSO 4	En la organización de la cual usted es cliente se elaboran productos y / o servicios que satisfacen las necesidades de la comunidad					
INNSO 5	En la organización de la cual usted es cliente se evalúa el impacto que los productos y / o servicios tienen sobre la comunidad					
INNSO 6	En la organización de la cual usted es cliente se ha lanzado un producto o servicio deseado por la comunidad local en los últimos 12 meses					

VARIABLE	DESCRIPCIÓN (significado)
CLIMA DE INNOVACIÓN (empleados)	El clima de innovación es entendido como la percepción del personal de la organización (empleados) sobre el lugar de trabajo donde se describen los estímulos a la innovación, los recursos en el lugar de trabajo y las habilidades de gestión de la innovación. En nuestro estudio se mide el ambiente de flexibilidad para la creación de ideas y la articulación de procesos organizacionales que brinden soporte al proceso de desarrollo de la innovación.
Item	PREGUNTAS VALORACIONES

ENCUESTA A CLIENTES SOBRE LOS PROCESOS DE INNOVACIÓN SOCIAL EN LAS INICIATIVAS DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA EN LA CIUDAD DE IBARRA

		Totalmente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	Bastante de acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
CLIMI 1	Usted conoce si en la organización de la cual es cliente las nuevas ideas son aceptadas con facilidad					
CLIMI 2	Usted conoce si en la organización de la cual es cliente se responde rápidamente cuando es necesario hacer cambios					
CLIMI 3	Usted conoce si en la organización de la cual es cliente la dirección detecta con rapidez la necesidad de hacer cosas diferentes					
CLIMI 4	Usted conoce si en la organización de la cual es cliente los empleados siempre están buscando nuevas maneras de detectar los problemas existentes					
CLIMI 6	Usted conoce si en la organización de la cual es cliente es muy flexible y se puede cambiar rápidamente los procedimientos para satisfacer nuevas condiciones y resolver nuevos problemas detectados					

VARIABLE	DESCRIPCIÓN (significado)
VALOR SOCIAL Y ECONÓMICO	Hace referencia a los bienes y servicios necesarios proporcionados por las organizaciones, con un fin social determinado y apoyado por políticas incluyentes y justas, que ayudan a la mejora de la sociedad mediante la eliminación de barreras a la inclusión social o la asistencia a los necesitados, a fin de mitigar efectos secundarios indeseables y potenciando valores tales como la libertad, la igualdad y la tolerancia.

ENCUESTA A CLIENTES SOBRE LOS PROCESOS DE INNOVACIÓN SOCIAL EN LAS INICIATIVAS DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA EN LA CIUDAD DE IBARRA

Item	PREGUNTAS	VALORACIONES				
		Totalmente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	Bastante de acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
VALUE 1	Para la organización de la cual usted es cliente es importante el valor económico de los productos y/o servicios					
VALUE 2	Para la organización de la cual usted es cliente es importante el servicio al cliente					
VALUE 3	Para la organización de la cual usted es cliente es importante el precio de los productos y/o servicios					
VALUE 4	Para la organización de la cual usted es cliente es importante la profesionalidad / experiencia del personal empleado					
VALUE 5	Para la organización de la cual usted es cliente es importante la calidad de los productos y/o servicios					

VARIABLE	DESCRIPCIÓN (significado)
VALOR SOCIAL (clientes)	Hace referencia a los bienes y servicios necesarios proporcionados por las organizaciones, con un fin social determinado y apoyado por políticas incluyentes y justas, que ayudan a la mejora de la sociedad mediante la eliminación de barreras a la inclusión social o la asistencia a los necesitados, a fin de mitigar efectos secundarios indeseables y potenciando valores tales como la libertad, la igualdad y la tolerancia.

ENCUESTA A CLIENTES SOBRE LOS PROCESOS DE INNOVACIÓN SOCIAL EN LAS INICIATIVAS DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA EN LA
CIUDAD DE IBARRA

Item	PREGUNTAS	VALORACIONES				
		Totalmente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	Bastante de acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
VALSC 1	La organización de la cual usted es cliente cumple con sus compromisos sobre calidad y precio					
VALSC 2	La organización de la cual usted es cliente informa a los clientes sobre el uso apropiado y los riesgos de los productos y/o servicios					
VALSC 3	La organización de la cual usted es cliente toma las medidas necesarias para evitar quejas de los clientes					
VALSC 4	La organización de la cual usted es cliente da respuesta a las quejas de los clientes					

VARIABLE	DESCRIPCIÓN (significado)
VALOR SOCIAL (para la comunidad)	Hace referencia a los bienes y servicios necesarios proporcionados por las organizaciones, con un fin social determinado y apoyado por políticas incluyentes y justas, que ayudan a la mejora de la sociedad mediante la eliminación de barreras a la inclusión social o la asistencia a los necesitados, a fin de mitigar efectos secundarios indeseables y potenciando valores tales como la libertad, la igualdad y la tolerancia.

Item	PREGUNTAS	VALORACIONES				
		Totalmente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	Bastante de acuerdo	Totalmente de acuerdo

ENCUESTA A CLIENTES SOBRE LOS PROCESOS DE INNOVACIÓN SOCIAL EN LAS INICIATIVAS DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA EN LA CIUDAD DE IBARRA

		1	2	3	4	5
VALSCO 1	La organización de la cual usted es cliente toma en cuenta los intereses de la comunidad local para la toma de decisiones					
VALSCO 2	La organización de la cual usted es cliente apoya las actividades culturales y deportivas					
VALSCO 3	La organización de la cual usted es cliente mantiene relaciones transparentes con los políticos locales					
VALSCO 4	La organización de la cual usted es cliente se considera parte de la comunidad y se preocupa por su desarrollo					
VALSCO 5	La organización de la cual usted es cliente realiza programas de apoyo a los grupos desfavorecidos					

Anexo 2

Oficio de aprobación para realizar la investigación en Feria Libre "Asociación de productores Llacta Pura Pukuchikkuna"

Ibarra, 21 de septiembre del 2019

Sra. María Guamán

Presidenta

Feria Libre "Asociación de productores Llacta Pura Pukuchikkuna"

Presente. –

De mi consideración

Estimada señora Presidenta, por el presente, solicito a usted de la manera más comedida, la autorización y apertura a las estudiantes Luna Cerón Dayana Coralía, con número de cédula 040192025-1 y Vásquez Venegas Joselyn Vanessa, con número de cédula 100358045-1, a realizar un proyecto académico titulado "Iniciativas de la economía solidaria como procesos de innovación social en la ciudad de Ibarra". El apoyo con la información y apertura contribuirá a su proyecto de titulación de la carrera de Ingeniería en Gestión y Desarrollo Social de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte.

Por su favorable atención a mi pedido le anticipo mis agradecimientos.

Atentamente,



Juan Carlos López Gutiérrez, Ph.D

Director del Proyecto

Docente – Investigador

Carrera IGYDS

FECYT

UTN

Recibido
Juan Carlos López Gutiérrez

Oficio de aprobación para realizar la investigación en la Cooperativa de Transportes Urbanos "San Miguel de Ibarra"

Ibarra, 19 de febrero del 2019

Sr. Fabricio Espinosa

Gerente

Cooperativa de Transportes Urbanos "San Miguel de Ibarra"

Presente. -

De mi consideración

Estimado señor Gerente, por el presente, solicito a usted, de la manera más comedida, la autorización y apertura a las estudiantes Luna Cerón Dayana Coralía, con número de cédula 0401920251 y Vázquez Venegas Joselyn Vanessa, con número de cédula 1003580451, a realizar un proyecto académico titulado "Iniciativas de la economía solidaria como procesos de innovación social en la ciudad de Ibarra, en el período 2017 – 2018". El apoyo con información y apertura contribuirá a su proyecto de titulación de la carrera de Ingeniería en Gestión y Desarrollo Social de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte.

Por su favorable atención a mi pedido le anticipo mis agradecimientos.

Atentamente,

Juan Carlos López Gutiérrez, Ph.D
Director del Proyecto
Docente – Investigador
Carrera IGYDS
FECYT
UTN



DECIDIDO
19/02/2019

Oficio de aprobación para realizar la investigación en Cooperativa de Ahorro y Crédito "Bola Amarilla"

Ibarra, 20 de septiembre del 2019

MSc. Sandra Ayala
Gerente General
Cooperativa de Ahorro y Crédito "Bola Amarilla"

Presente. –

De mi consideración

Estimada señora Gerente, por el presente, solicito a usted de la manera más comedida, la autorización y apertura a las estudiantes Luna Cerón Dayana Coralia, con número de cédula 040192025-1 y Vásquez Venegas Joselyn Vanessa, con número de cédula 100358045-1, a realizar un proyecto académico titulado "Iniciativas de la economía solidaria como procesos de innovación social en la ciudad de Ibarra". El apoyo con la información y apertura contribuirá a su proyecto de titulación de la carrera de Ingeniería en Gestión y Desarrollo Social de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte.

Por su favorable atención a mi pedido le anticipo mis agradecimientos.

Atentamente,



Juan Carlos López Gutiérrez, Ph.D
Director del Proyecto
Docente – Investigador
Carrera IGYDS
FECYT
UTN

20/09/2019
10:10

Gabriela J.
2603-181

Anexo 3

Registro fotográfico de las unidades de Análisis



Fotografía 1. Presidenta de la Feria Libre “Asociación de productores Llacta Pura Pukuchikkuna”



Fotografía 2. Administradora de la Feria Libre “Asociación de productores Llacta Pura Pukuchikkuna”



Fotografía 3. Gerente de la Cooperativa de Transportes Urbanos "San Miguel Ibarra"



Fotografía 4. Levantamiento de información por Coralía Luna en la Feria Libre "Asociación de productores Llacta Pura Pukuchikkuna”



Fotografía 5. Levantamiento de información por Joselyn Vásquez en la Feria Libre "Asociación de productores Lacta Pura Pukuchikkuna"



Fotografía 6. Levantamiento de información por Coralía Luna en la Cooperativa de Transportes Urbanos "San Miguel de Ibarra"



Fotografía 7. Levantamiento de información por Joselyn Vásquez en la Cooperativa de Transportes Urbanos "San Miguel de Ibarra"



Fotografía 8. Levantamiento de información por Coralía Luna en la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Bola Amarilla"

Anexo 4

Reporte Urkund



Urkund Analysis Result

Analysed Document:	Final Tesis.docx (D59931237)
Submitted:	11/29/2019 4:32:00 PM
Submitted By:	vojeda@utn.edu.ec
Significance:	2 %

Sources included in the report:

TESIS COOPERATIVISMO.docx (D53369727)
KEVIN EDUARDO ROJAS OBANDO.docx (D40847441)
Vanessa_TT_17julio.docx (D42100167)
TESIS DAVID ESCOBAR MAYORGA - GARCIA.docx (D58197016)