

# **La cultura organizacional y su influencia en el comportamiento innovador de la Empresa Pública de Parques Urbanos y Espacios Públicos de la provincia del Guayas**

## **Organizational culture and its influence on the innovative behavior of the Public Company for Urban Parks and Public Spaces in the province of Guayas**

*Paola Robles-León*

*Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil*

*Guayaquil, Ecuador*

[paolarobles777@hotmail.com](mailto:paolarobles777@hotmail.com)

*Yesmín Alabart-Pino*

*Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil*

*Guayaquil, Ecuador*

[yesminalabart@gmail.com](mailto:yesminalabart@gmail.com)

*Tomás Humberto Rodríguez-Caguana*

*Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil*

*Guayaquil, Ecuador*

[editorpublicaciones@uteg.edu.ec](mailto:editorpublicaciones@uteg.edu.ec)

**Cómo citar este artículo:** Robles-León, P.; Alabart-Pino, Y. & Rodríguez-Caguana, T.H. (2016). La cultura organizacional y su influencia en el comportamiento innovador de la Empresa Pública de Parques Urbanos y Espacios Públicos de la provincia del Guayas. *Comhumanitas: Revista Científica de Comunicación*, 7(2), 76-91.

### **Resumen**

**Este artículo parte de la tesis de maestría “La Cultura Organizacional y su Influencia en el Comportamiento Innovador de la Empresa Pública de Parques**

Urbanos y Espacios Públicos de la Provincia del Guayas". El problema de investigación: *¿Cómo influye la cultura organizacional en el comportamiento innovador de la Empresa Pública de Parques Urbanos y Espacios Públicos, E.P. de la provincia del Guayas? El objetivo general evaluar la influencia de la cultura organizacional en el comportamiento innovador de la Empresa Pública de Parques Urbanos y Espacios Públicos de la provincia del Guayas. El diseño investigación no experimental transeccional y un estudio correlacional. La hipótesis: la cultura organizacional de la Empresa Pública de Parques Urbanos y Espacios Públicos de la provincia del Guayas influye positivamente en el comportamiento innovador de los empleados. La metodología de investigación es cuantitativa, se aplicaron técnicas investigativas que permitieron desarrollar la argumentación correspondiente. Se basó en los procedimientos para validar la propuesta de la investigación, y definir si están correctamente relacionadas la investigación con las variables: Cultura organizacional e influencia en el comportamiento innovador. Esta investigación determinó que la innovación en los días actuales sí se encuentra bien fundamentada dentro de la institución, que la gran mayoría de gente acuerda que es el motor que impulsa sus actividades y su enfoque a lograr los objetivos, por lo que la cultura organizacional se debe fortalecer en la comunicación entre directivos y empleados en general. Con esta investigación se pudo crear los pilares fundamentales que tiene la institución donde se encuentran las variables que explican por qué existe innovación dentro de la organización debido a la cultura organizacional existente en la empresa y realizar un planteamiento de mejora sobre las áreas de oportunidad que se encontraron, producto de la respuestas de los abordados.*

**Palabras claves:** Cultura organizacional, gestión del cambio, comportamiento innovador, gestión empresarial, capital humano, organizaciones.

## Abstract

This article parts master's thesis "Organizational Culture and its influence on behavior Innovative Public Enterprise Urban Parks and Public Spaces of the Province of Guayas". The research problem: How does the organizational culture in innovative behavior of the Public Enterprise of Urban Parks and Public Spaces, E.P. in the province of Guayas? This research has the general objective to evaluate the influence of organizational culture on the innovative behavior of the Public Company for Urban Parks and Public Spaces in the province of Guayas. The type of research design is not experimental transeccional a correlation. The research hypothesis is: the organizational culture of the Public Company for Urban Parks and Public Spaces in the province of Guayas positively influences the innovative behavior of employees. The focus of research is quantitative for which it is properly use the tools and investigative techniques in order to develop the corresponding argument. It will be based on the procedures to validate research proposal and determine whether they are properly related to research variables: Organizational culture and influence the innovative behavior. This research proved that innovation in itself nowadays is well-founded within the institution, that the vast majority of people agree that it is the engine that drives its activities and its approach to achieving objectives, so the organizational culture should strengthen communication between managers and employees in general. This research could create the fundamental pillars of the institution where the variables that explain why there innovation within the organization due to the existing organizational culture in the company and make an approach to improve on areas of opportunity they were found as, product of the respondent's answers.

**Keywords: Organizational culture, change management, innovative behavior, business management, human capital, organizations**

*Recibido: 30 de agosto de 2016*

*Aceptado: 1 de diciembre de 2016*

## 1. Introducción

En este apartado se realiza la revisión de los conceptos de las palabras claves para desarrollar el tema de la cultura organizacional y su influencia en el comportamiento innovador de la Empresa de Parques Urbanos y Espacios Públicos de la Provincia del Guayas.

Esta investigación asume una episteme constructivista porque entiende que los significados que se comparten en una organización son constructos colectivos y que tienden a desarrollar simbologías compartidas.

El problema de investigación que aborda es *¿Cómo influye la cultura organizacional en el comportamiento innovador de la Empresa Pública de Parques Urbanos y Espacios Públicos, E.P. de la provincia del Guayas? El objetivo general que sostiene esta investigación es *Evaluar la influencia de la cultura organizacional en el comportamiento innovador de la Empresa Pública de Parques Urbanos y Espacios Públicos de la provincia del Guayas.**

Este estudio es importante porque los procesos de investigación social-laboral han determinado la incidencia que tiene la cultura organizacional y el clima laboral en los desarrollos y rutinas productivas de una organización, y la academia debe profundizar en los abordajes temáticos en este campo. Es relevante porque en el sector público son pocas las investigaciones cuantitativas que miden los procesos de cultura organizacional en el Ecuador. Y es novedosa por los resultados que esta investigación arroja.

## 2. Marco Referencial

Las dinámicas relaciones en una organización generan sentidos compartidos en cada uno de sus miembros. Fincowsk & Krieger (2012) afirman:

La cultura organizacional es un modelo de presunciones básicas, inventadas, descubiertas o desarrolladas por un grupo dado al ir aprendiendo a enfrentarse con sus problemas de adaptación externa e integración interna, que hayan ejercido la suficiente influencia como para ser consideradas válidas y, en consecuencia, ser enseñadas a los nuevos miembros como el modo correcto de percibir, pensar y sentir esos problemas. (p.22)

La cultura organizacional puede considerarse entonces como un medio para alcanzar objetivos, la misma que añade valor y la hace diferente a otras organizaciones. Cuando una institución tiene definida su cultura la organización genera activos intangibles estratégicos inimitables que explican el éxito competitivo empresarial. Chiavenato (2009) sustenta:

Los valores culturales se deben transmitir y compartir continuamente a través de diversos medios de socialización organizacional: incorporación de nuevos asociados, capacitación y

desarrollo de personal, reuniones cotidianas, comunicaciones intensivas y todo aquello que permita consolidar y divulgar estos valores, de modo que se vuelvan parte integral de la cultura. (p.120)

En la actualidad, las organizaciones tienen diferentes retos y cada vez más complejos, por lo que el mundo organizacional se encuentra sujeto a continuos cambios debido a la globalización de los mercados, mercados cambiantes, clientes o usuarios más exigentes, competencia cada vez mayor, entre otros. Reafirmando esos postulados Contreras & Barbosa (2013) sostienen:

Los modelos de cambio planificado tienen como propósito asegurar un resultado deseado. Dicha planificación incluye la movilización de estructuras y procesos de tal forma que se reduzca al máximo la incertidumbre, se mantenga la estabilidad y se garanticen los resultados preestablecidos por los líderes quienes son considerados factor clave para el éxito del cambio organizacional. (p.154)

A mediados del siglo XX ha implicado la aceleración de este ritmo de cambio, también provocada por el cambio tecnológico, por lo que las organizaciones han optado por cambiar la visión organizacional dando lugar a una nueva visión, con lo que se construirán organizaciones ligadas a ellas, por todos estos motivos, el cambio muchas veces se convierte en una problemática fundamental pero con resultados muy beneficiosos para la organización.

En el mundo empresarial de hoy el cambio es una constante, no existe un libro de administración que no hable del cambio, su costo y sus ventajas, a su vez existe un grupo de factores que inciden en que el cambio sea algo normal y sobre todo necesario, por ejemplo con la globalización de la economía, las empresas se ven ante un número mayor de competidores, cada uno de los cuales puede introducir en el mercado innovaciones de producto y servicio (Alabart, 2003a).

La evolución de las culturas organizacionales ha sido importante, por lo que antes se mantenían sistemas cerrados en las que se entendía como una organización volcada en sí misma, en cambio en la actualidad se ha volcado a un sistema abierto en la que se presta mucha atención a lo que es el cambio, la motivación al talento humano, el mismo que es el pilar fundamental para que las organizaciones sean más competitivas y se viva un ambiente más saludable dentro y fuera de las organizaciones.

Se debe indicar que las empresas que perduran son aquellas que crecen en la participación del mercado, mejoran sus servicios o productos o crean nuevos servicios o productos orientándolos a las necesidades de los clientes o usuarios, y esto es la consecuencia directa de la innovación y la sólida cultura organizacional. En este mismo criterio se encuentran Gómez & Bray (2012) que indican:

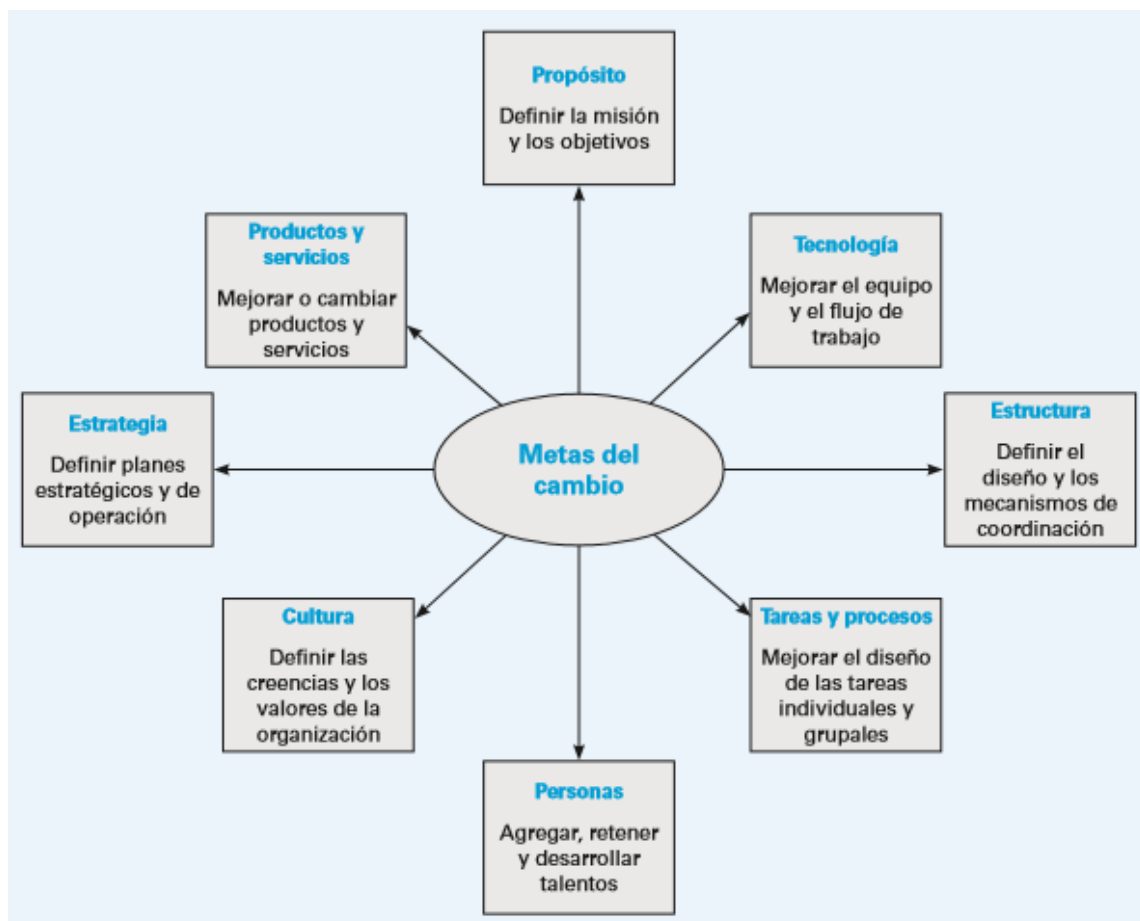
Como proceso de cambio, Innovar es convertir ideas creativas en productos, procesos o servicios exitosos en los mercados. Usualmente se diferencian las innovaciones tecnológicas de las "no tecnológicas". Las primeras implican productos, servicios o procesos nuevos o mejorados, gracias a los cambios tecnológicos, mientras que las segundas consisten en nuevas formas de organización o gestión de las firmas o en cambios en el mercado. (p.23)

El cambio cultural es muy importante para que exista el cambio organizacional; es decir, hacer diferentes las actividades creando una modificación en la mente de los líderes y empleados, esto se debe desarrollar ya que el mundo está cambiando drásticamente en todos los aspectos y las diferentes organizaciones deben de aplicar procesos de innovación para adaptarse a estos nuevos patrones tecnológicos, culturales, estructurales, etc., y poderse anticipar a estos cambios para estar en la vanguardia. Naranjo & Calderón (2015) enuncian:

Los elementos básicos de la cultura inciden en la creatividad y la innovación de dos maneras: por un lado, a través del proceso de socialización, las personas pueden saber si los comportamientos creativos e innovadores forman parte del camino en el cual la organización opera; por otro lado, a través de la coordinación, pues la organización, a través de actividades, políticas y procedimientos, puede generar valores que apoyan la creatividad y la innovación. (p.16)

Existen diferentes formas en las que una organización pueda tener cambios para mantenerse viables y competitivas, para lo cual se muestra la figura 1.

**Figura 1. Las principales metas del cambio organizacional**



**Fuente: Idalberto Chiavenato (2009).**

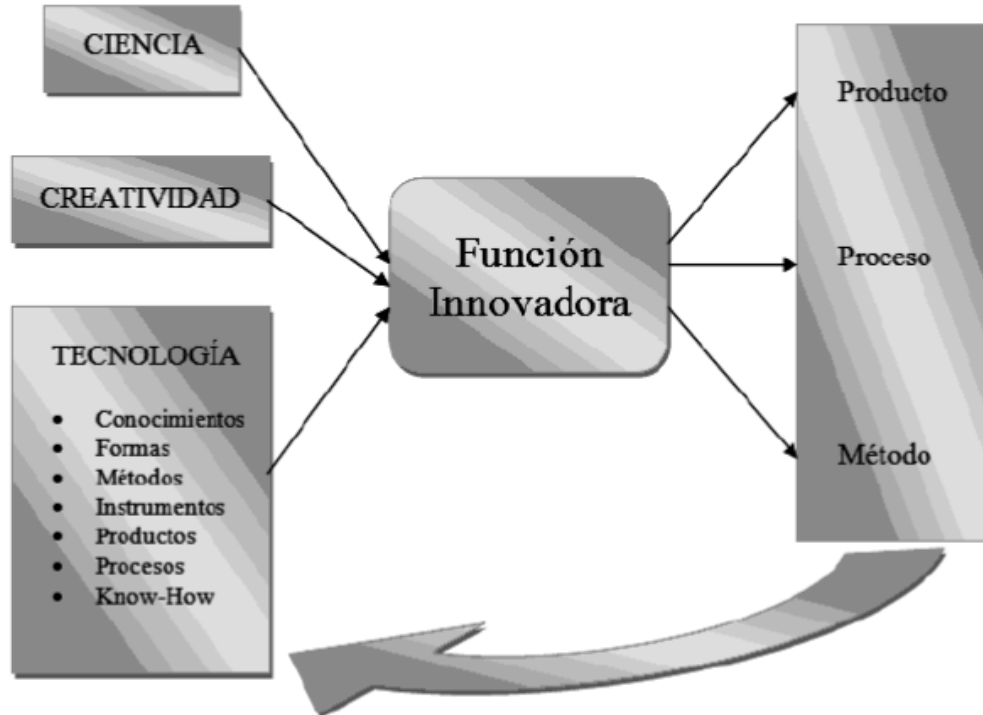
En cuanto a las formas sinérgicas entre los miembros de una organización Martínez (2012) sostiene:

Los empresarios y sus colaboradores deben desarrollar sus capacidades en un proceso continuo de adaptación y transformación de sus empresas. Para gestionar positivamente y con eficiencia los procesos de adaptación y transformación, los directivos deben alcanzar altos niveles de eficiencia en sus cualidades de gestión, en su capacidad para tomar decisiones, en sus niveles de productividad y en su eficiencia personal. (p.37)

Como menciona el autor citado, los líderes de las instituciones son los que impulsan los cambios hacia nuevos o actualizados procesos, para lo cual debe de tener la capacidad de liderar y ejecutar el proceso de cambio y debe tener claro cuáles son las razones por las que debe cambiar y asumir el liderazgo en los cambios; también es importante que el líder tenga el compromiso con la innovación, siendo el visionario del desarrollo y el crecimiento

de la empresa para lo cual debe de haber una actitud dispuesta a asumir desafíos y por ende tener la capacidad de llevar a cabo el proceso de gestión de la innovación.

**Figura 2. Proceso de innovación**



**Fuente: Suares (2009).**

Hoy por hoy el reto de innovar para crear valor se centra en hacer las cosas de forma diferente e, incluso, hacerlas radicalmente nuevas. Esto requiere de capital humano competente y de una cultura innovadora, donde juega un papel importante la educación en todas sus etapas, para que sea el instrumento que potencie las competencias y el talento de las personas para incorporarse en el mercado laboral, así como desarrollar en ellos una actitud innovadora la misma que es crucial para poder enfrentar los desafíos del futuro. Canós (2011) agrega:

Los procesos de innovación en la historia de la humanidad han sido un factor que ha hecho posible la creación de una sociedad moderna, industrializada y compleja, y se ha constituido como una influyente fuente de poder entre las naciones del mundo. El proceso de innovación está íntimamente ligado a los grandes procesos de transformación de las empresas en la actualidad. (p.26)

Cabe mencionar que la innovación se ha convertido en una importante variable empresarial, la misma que está en busca de que la empresa tenga ventajas competitivas sobre las demás lo que ayudará a manejarse de mejor manera en el contexto actual. Medellín & Enrique (2013) argumentan:

Si se quiere que una empresa sea innovadora, es importante contar con una cultura de soporte y de un contexto que favorezca la innovación y sus diversas expresiones organizacionales...las personas que laboran en una organización comparten una serie de significados que le son propios, y que son las bases de la cultura organizacional. (p.27)

Con un comportamiento innovador se puede ver el esfuerzo innovador que tiene cada uno de los participantes de la empresa o el grado de iniciativa que la empresa a través de las gerencias y direcciones pueden realizar con el talento humano de la organización. En ese mismo criterio Petit (2012) agrega:

El desarrollo organizacional innovador surge como estrategia en torno a la necesidad de generar, desarrollar y fortalecer las capacidades societales de innovación, mediante un programa de planificación, educación y comunicación que promueva el liderazgo con empoderamiento, orientado hacia la participación de comunidades de aprendizaje sostenible, involucradas en la definición y ejecución de políticas públicas y empresariales para la innovación. (p.32)

Los gerentes o directores son los que deben ser los promotores principales de la innovación en las empresas y los que deben de fijar estrategias de innovación, buscando esas buenas ideas, transformarlas en productos o servicios de valor y conseguir excelentes resultados de la innovación implantada, que sea capaz de motivar a los empleados a hacer cosas nuevas, cambios positivos, de evolucionar y de adaptarse al cambio debido a las leyes o resoluciones que se den en el entorno interno o externo de la institución. Finalmente González (2014) acota que “para lograr una mayor competitividad por medio de la innovación, es importante el intercambio de conocimientos y la presencia de relaciones de cooperación basadas en el conocimiento, dado que la difusión del conocimiento aumenta la productividad empresarial” (p. 279).

Como resultado también se puede acotar que un comportamiento innovador conlleva a la competitividad, y por lo tanto a tener éxito empresarial, generando nuevas o rediseñadas formas de comercializar los servicios, y en general la satisfacción del cliente con las actividades de innovación.

De la presente investigación se conoció el grado de relación entre la cultura organizacional y el comportamiento innovador por ende se pudo identificar la existencia de las variables que soportan en la actualidad la presencia de innovación al interior de la organización.

Los objetivos específicos de la presente investigación fueron: definir los fundamentos teóricos de la cultura organizacional y el comportamiento innovador y sus tendencias nacionales e internacionales; diagnosticar los métodos de la relación entre la cultura organizacional y el comportamiento innovador y diseñar una propuesta de mejora una vez realizado el análisis de los resultados obtenidos de la investigación.

### *3.1 Metodología*

El método empleado fue empírico. El enfoque de la investigación fue cuantitativo para lo cual se utilizó adecuadamente las herramientas y técnicas investigativas que permitieron desarrollar la argumentación correspondiente como las encuestas realizadas en la Empresa Pública de Parques Urbanos y Espacios Públicos.

### *3.2 Tipo de investigación*

El tipo de investigación que se utilizó fue el correlacional por las variables utilizadas que son: Cultura Organizacional y Comportamiento Innovador.



### 3.3 *Diseño de investigación*

El diseño de la investigación es no experimental transeccional, puesto que estudia el objeto y sus variables en un momento específico y sin modificar la consustancialidad de las dimensiones e indicadores de cada variable.

### 3.4 *Hipótesis*

La hipótesis que plantea la investigación es: la cultura organizacional de la Empresa Pública de Parques Urbanos y Espacios Públicos de la provincia del Guayas influye positivamente en el comportamiento innovador de los empleados.

### 3.5 *Operacionalización de las variables*

Se realizó todo el proceso metodológico de la investigación científica a través de la operacionalización de las variables (cultura organizacional y comportamiento innovador). Cada una de ellas tiene a su vez su definición conceptual, las dimensiones, las subdimensiones, los indicadores y los ítems.

### 3.6 *Población y muestra*

La población que se tomó fueron los gerentes, directores y servidores de parques que administra la Empresa Pública de Parques Urbanos y Espacios Públicos a nivel de la provincia del Guayas; y el tipo de muestreo que se realizó en la población fue probabilístico estratificado. La tabla 1 muestra la distribución.

**Tabla 1. Población**

Estrato	Población		Factor multiplicador	Muestra estratificada
1	Empresa matriz	106	0,48	51
2	Parque Samanes	49	0,48	24
3	Parque Lagos	6	0,48	3
4	Parque Histórico Guayaquil	40	0,48	19
Total		201	0,48	97

Fuente: Elaboración propia.

### 3.7 *Técnicas de investigación*

La encuesta como técnica de recolección de información se llevó a cabo en la Empresa Pública de Parques Urbanos y Espacios Públicos de la provincia del Guayas, el cuestionario utilizado en esta investigación se encuentra estructurado por preguntas que fueron elaboradas. La encuesta fue orientada a establecer los objetivos específicos, para con ella definir la implementación y corroboración de la existencia del problema.

La tabla 2 muestra la cantidad de encuestas que se realizaron a directivos, mandos medios y empleados.



**Tabla 2. Muestra de la encuesta**

Dirigido a	Cantidad	Nº de proposiciones
Directivos y altos mandos	8	46
Empleados	89	44

Fuente: Elaboración propia.

La encuesta está basada sobre una muestra de 97 servidores públicos, en la que están 8 directivos y mandos medios y 89 servidores. La investigación se encuentra estructurada por dos cuestionarios, uno con 46 preguntas para directivos y mandos medios y otro con 44 preguntas para servidores de la institución, para las cuales se han usado un conjunto de ítems que se presentan en forma de afirmaciones para medir la reacción de los encuestados con cinco categorías con el método de escalamiento tipo Likert en la que 1 es totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

El análisis de la información se realizó mediante gráficos y tablas explicativas y se utilizó el programa IBM SPSS versión 22 (Statistical Package for the Social Science) para el análisis de la información recopilada en la matriz de datos y resultados. El análisis de la información recopilada en la matriz de datos se hizo considerando 3 tipos: 1) pruebas de confiabilidad y validez, 2) estadística descriptiva (frecuencias media, mediana y moda), y 3) análisis multivariado con la correlación canónica. Se inició el análisis del cuestionario de cultura organizacional y comportamiento innovador a directivos y mandos medios y luego para los empleados.

Este análisis se desarrolló basado en los resultados obtenidos en la investigación, que permitió: analizar, identificar y evaluar las tendencias, enfoques, teorías conceptos nacionales e internacionales acerca de la cultura organizacional y la innovación en la gestión empresarial en el sector de empresas de parques, diagnosticar los métodos de la relación entre la cultura organizacional y el comportamiento innovador, evaluar los resultados obtenidos en el diagnóstico y propuestos de la influencia de la cultura organizacional en el comportamiento innovador.

### 3. Hallazgos

**Tabla 3. Análisis de las variables**

Variable:	Cultura Organizacional
<b>Dimensiones:</b>	Liderazgo transformacional. Comportamiento grupal.
<b>Indicadores:</b>	Capacidad de desaprendizaje. Capacidad de llevar a cabo el proceso de gestión de la innovación.
<b>Ítem:</b>	El liderazgo de la institución adopta continuamente nuevas y mejores formas de hacer las cosas.
Variable:	Innovación
<b>Dimensiones:</b>	Resultado de innovación
<b>Indicadores:</b>	Introducción de cambios en las formas de organización y gestión de la empresa u organización Nuevas o rediseñadas formas de comercialización de los productos.

<b>Ítem:</b>	La empresa tiene un ambiente de trabajo que propicia la participación activa de las personas en la innovación de la gestión de la empresa
--------------	---

**Fuente: Elaboración propia.**

**Prueba de confiabilidad:** La prueba de fiabilidad se refiere a lo que se indica en el texto Metodología de la Investigación que la define como: “Grado en que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010). Se considera que valores del alfa superiores a 0,7 o 0,8 (dependiendo de la fuente) son suficientes para garantizar la fiabilidad de la escala.

Para el cuestionario cultura organizacional, comportamiento innovador para directivos y mandos medios, el alfa según tabla 3 fue de 0,95, mayor a 0,70 o a 0,80, por lo tanto este coeficiente fue suficiente para garantizar la fiabilidad de la escala realizada.

**Tabla 4. Prueba Cronbach’s Alpha: directivos y mandos medios**

Cronbach’s Alpha	Número de ítems
0,95	50

**Fuente: Elaboración propia.**

Para el cuestionario cultura organizacional, comportamiento innovador para empleados, el alfa según tabla 4 fue de 0,96, mayor a 0,70 o a 0,80, por lo tanto este coeficiente fue suficiente para garantizar la fiabilidad de la escala realizada.

**Tabla 5. Prueba Cronbach’s Alfa: empleados**

Cronbach’s Alpha	Número de ítems
0,96	48

**Fuente: Elaboración propia.**

**Prueba de validez:** La prueba de validez determina “el grado en que un instrumento mide la variable que pretende medir” (Hernández, 2010).

Se aplicó a la matriz de datos el programa SPSS y se calculó el valor del KMO (Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin), cuyo valor debe ser mayor de 0,5. Los resultados resumidos obtenidos al aplicar el programa SPSS se muestran a continuación:

Para el cuestionario cultura organizacional, comportamiento innovador para directivos y mandos medios, la mayoría de los valores de KMO en la tabla 6 son mayores que 0,5 lo que demuestran la validez del cuestionario. Los valores menores reflejan baja validez del cuestionario, por lo que se requerirá modificar las secciones con bajo KMO a fin de que dichas secciones tengan la validez adecuada.

**Tabla 6. Prueba KMO y Prueba de Bartlett: directivos y mandos medios**

Ítems	KMO
1 al 5	0,622
6 al 10	0,281
11 al 15	0,519
16 al 20	0,541
21 al 25	0,493
26 al 30	0,462
31 al 35	0,518
36 al 40	0,679
41 al 46	0,277

**Fuente: Elaboración propia**

Cuestionario cultura organizacional, comportamiento innovador para empleados.- El KMO según la tabla 6 tiene como resultado 0.85 lo que demuestra la validez del cuestionario aplicado a los empleados de la Empresa Pública de Parques Urbanos y Espacios Públicos.

**Tabla 7. Prueba KMO y Prueba de Bartlett - empleados**

KMO and Bartlett's Test		
<b>Kaiser-Meyer-Orkin Measure of Sampling Adequacy</b>		.85
<b>Barlett's Test of Sphericity</b>	Approx. Chi-Square	3038,10
	Df	946,00
	Sig.	,00

**Fuente: Elaboración propia.**

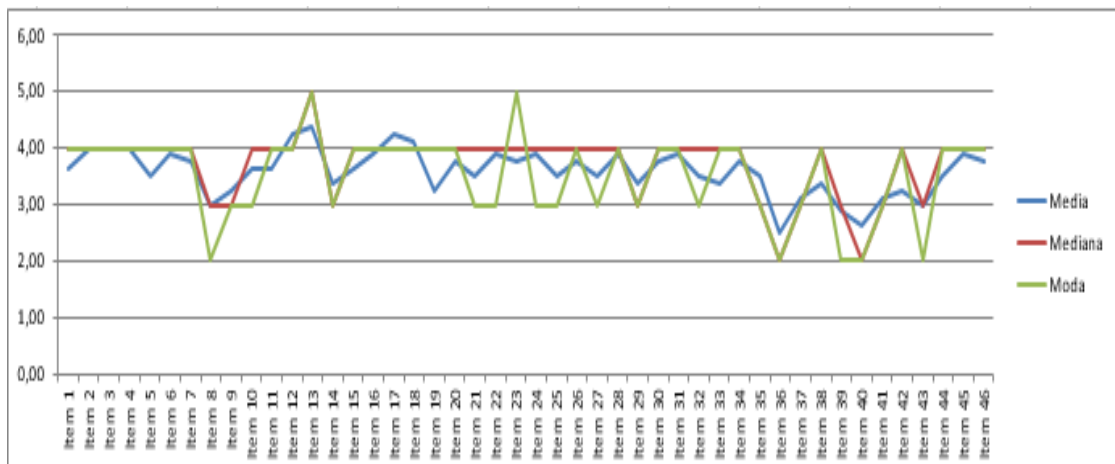
**Estadística descriptiva:** A través de la estadística descriptiva se analizó el comportamiento de la información recolectada en la matriz de datos. Se analizó la información obtenida de los dos cuestionarios. Se calculó los valores de la media, mediana y moda de los cuestionarios realizados, a fin de conocer las medidas de tendencia central y analizar su forma de agrupación o dispersión.

La media es el promedio de los valores medidos en el cuestionario en cuestión.

La mediana representa el valor de la variable de posición central de un conjunto de datos ordenados.

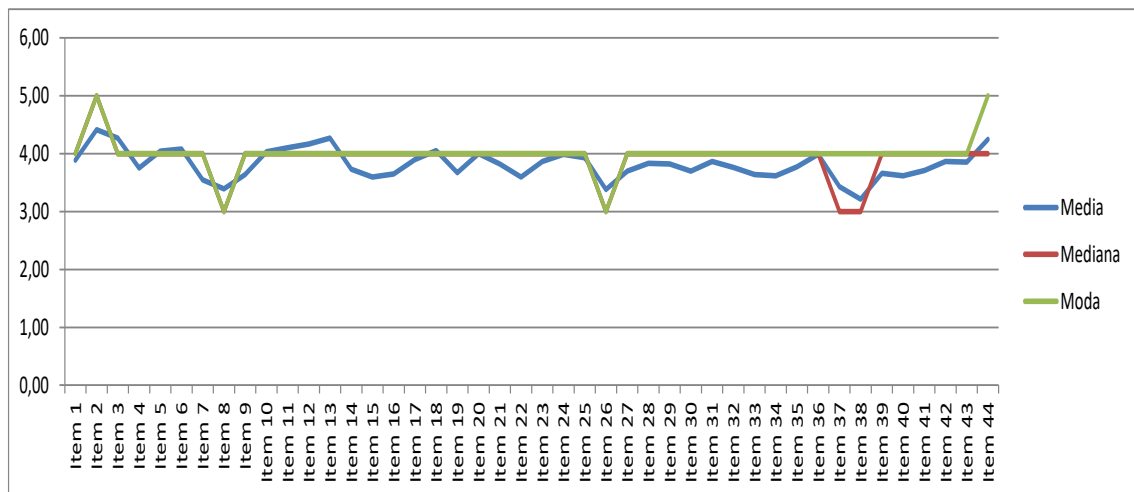
La moda es el valor con mayor frecuencia en una distribución de datos.

Cuestionarios de cultura organizacional para directivos y mandos medios: En el siguiente gráfico se muestra el comportamiento de media, mediana y moda.

**Gráfico 1. Análisis descriptivo media, mediana y moda - directivos y mandos medios**

Fuente: Elaboración propia.

Cuestionarios de cultura organizacional para empleados: En el siguiente gráfico se muestra el comportamiento de media, mediana y moda.

**Gráfico 2. Análisis descriptivo media, mediana y moda - empleados**

Fuente: Elaboración propia.

**El análisis multivariado con correlación canónica:** De acuerdo a Voinea (2013), la correlación canónica es especialmente útil en situaciones donde se tienen múltiples variables dependientes. Cuando las variables son métricas la correlación canónica es la respuesta adecuada, ya que permite la valoración de la relación entre variables predictoras métricas y múltiples medidas dependientes. En otras palabras, el análisis de correlación canónica es un modelo estadístico multivariante que facilita el estudio de las interrelaciones entre múltiples variables criterio (dependientes) y múltiples variables predictoras (independientes). El estudio de la canónica para este caso está fundamentado en el gráfico de saturaciones en componentes así como en el análisis de los ajustes múltiples y simples y el resumen del análisis.

Los resultados permiten interpretar el grado en que cada variable discrimina los grupos de individuos. En este caso los datos están bastante agrupados y son dicentes en cuanto a la relación entre ellos y el impacto, al estar muy agrupados, que generan en la gestación de la innovación.

**Tabla 8. Análisis múltiple y simple – empleados**

Variable	Dimensión 1	Dimensión 2	Suma
<b>Innovación en productos y servicios</b>	0.03	0.32	0.34
<b>Buen ambiente propiciante de la innovación</b>	0.32	0.02	0.33
<b>Comprensión de deseos y necesidades de clientes</b>	0.00	0.32	0.32
<b>Promoción y ejecución de la planeación estratégica</b>	0.01	0.31	0.32
<b>Implementación de procesos innovadores por la dirección</b>	0.30	0.02	0.31
<b>Satisfacción de los directivos con los resultados</b>	0.01	0.28	0.28
<b>Existencia de confianza y diálogo</b>	0.26	0.01	0.27

Fuente: Procesamiento de encuestas por SPSS.

Se puede observar en la tabla 8, que las 7 variables que tienen mayor impacto en la gestación de la innovación, es decir, son las más discriminantes.

Finalmente en el resumen del análisis, se tiene que los valores de ajuste del modelo revelan en qué medida el análisis de correlación ajusta los datos en relación a la asociación entre las diferentes series de variables. Según la tabla 9, el valor de 1,994 de un máximo de 2, indica un ajuste en dos dimensiones es bastante bueno.

**Tabla 9. Resumen de análisis de empleados**

Summary of Analysis				
		Dimension		Sum
		1	2	
<b>Loss</b>	Set 1	.002	.004	.006
	Set 2	.002	.004	.006
	Mean	.002	.004	.006
<b>Eigenvalue</b>		.998	.996	
<b>Fit</b>				1994

Fuente: Elaboración propia.

Dentro de la Empresa Pública de Parques Urbanos y Espacios Públicos, conforme a los resultados de las encuestas y análisis efectuados a los procedimientos y estatutos, tiene bien desarrollada su comunicación formal, por todos los documentos formales que avalan sus políticas y procesos, cuenta con una aceptable comunicación descendente, que se refiere al mensaje de los superiores a los subordinados ya que los colaboradores saben de la existencia de lo anteriormente detallado, y probablemente en esa magnitud de aceptación se encuentre la comunicación horizontal, la misma que se desarrolla entre personas del

mismo nivel jerárquico, ya que los rangos medios y bajos conocen a ciencia cierta lo que existe en la empresa a la que se deben.

## 4. Discusión

Una vez concluido el análisis de los resultados se pueden elaborar las siguientes discusiones de resultados:

- Los cuestionarios pasan las pruebas de validez y confiabilidad ya que cumplen los requisitos que son requeridos en dichas pruebas. Se podría ajustar los cuestionarios, eliminando los ítems que no tienen una alta correlación con los otros.
- En el análisis descriptivo de media, mediana y moda de directivos y mandos medios, se tiene que en el 76% de los casos de la mediana y la media, los directivos y mandos medios al menos acuerdan con lo que se está realizando al interior de la empresa. Esto se traduce en una contundente mayoría en el pensar que la mayoría de los objetivos, visiones, estrategias, procedimientos y actividades, inducentes a la innovación, se están ejecutando íntegramente. Con respecto a la moda, se tiene que en el 54% de los casos, prevalece que los directivos concuerdan con las variables en el cuestionario expuesto. Si bien es cierto, no es una mayoría contundente como el caso de las medias y las medianas, no es menos cierto que la indiferencia ocupa el segundo lugar de la moda con el 28% de los casos.
- En el análisis descriptivo de media, mediana y moda de empleados, se tiene que en el 91% de los casos de la mediana y la media, los empleados al menos acuerdan con lo que se está realizando al interior de la empresa. Esto se traduce en una contundente mayoría en el pensar que la mayoría de los objetivos, visiones, estrategias, procedimientos y actividades, inducentes a la innovación, se están ejecutando íntegramente. Con respecto a la moda, se tiene que en el 95% de los casos, prevalece que los servidores concuerdan con las variables en el cuestionario expuestas. Esta mayoría contundente es igual a la del caso de las medias y las medianas.
- El análisis de correlación canónica indica que existe un alto grado de asociación de las variables, como son la cultura organizacional y el comportamiento innovador. En este caso los datos están bastante agrupados y son dicentes en cuanto a la relación entre ellos y el impacto, al estar muy agrupados, que generan en la gestación de la innovación.

## 5. Propuesta

Una vez que se han realizado los diferentes tipos de análisis correspondiente de las variables se ha determinado que la verdadera área de oportunidad es sin duda alguna la comunicación eficiente; es por esto que la propuesta irá en línea, basándose en investigaciones previas sobre el tema, de cómo llegar a una comunicación interna más eficiente.

Sin embargo, existe un deber importante en cuanto a la comunicación ascendente, ya que los directivos no saben algunas cosas que los rangos de menor rango sí, y eso puede deberse a que el empleado de menor rango no está comunicándose de manera eficiente ni efectiva, con su superior.

Presentado este escenario es necesario, realizar una propuesta de mejora para mitigar en primera instancia, los vacíos de comunicación existentes.

Para empezar a recomendar determinadas medidas de acción, es menester entender para qué sirve la comunicación.

La comunicación sirve para hacer más eficientes las relaciones interpersonales, formar un medio de conexión entre los involucrados, optimizar los recursos existentes, enfocar al colaborador hacia la misión promovida por la empresa, para mejorar la relación con el entorno.

Para la comunicación interna y externa más eficiente se ha presentado un esquema integrador de dimensiones que actualmente se presentan sin una gestión holística. Para ello deben re-estructurarse las siguientes áreas: difusión de la imagen corporativa, implementación de la comunicación corporativa a todos los soportes informativos externos propios de la Institución, señalización de los parques, a través de internet se pueden realizar mensajes personalizados por motivos especiales, entre otras. Estas propuestas de mejora y de innovación se han desarrollado identificando los instrumentos, estrategias y metas para la aplicación efectiva en la Empresa Pública de Parques Urbanos y Espacios Públicos de la provincia del Guayas.

## 6. Conclusiones

La mayoría de variables que se buscó encontrar su existencia o inexistencia dentro de la organización fueron acordadas por los encuestados como totalmente presentes y que existe un importante grado de relación de las variables cultura organizacional y comportamiento innovador.

Se infiere que la gran mayoría de metas, procedimientos, acciones y medios para lograrlas están siendo articulada desde una planificación comunicacional (que aún resta por perfeccionar) los grupos abordados reconocen estos procesos.

También se pudo identificar a través del análisis de los resultados de los métodos aplicados que los directivos, mandos medios y empleados concordaron que aún falta socializar las formas en que se gestionan los indicadores, dimensiones y variables desarrolladas en este estudio.

Las variables que demostraron inexistencia o que no sabían de su existencia son: realización de investigaciones de mercado, adaptación de nuevas tecnologías, formación innovadora, emprendedora, agresiva y arriesgada del colaborador y la existencia de comunicación eficiente.

La hipótesis tomó aún más fuerza cuando se dilucidó que existían las tres primeras variables enlistadas en el párrafo anterior, de acuerdo a los documentos oficiales de la organización, como plan estratégico, procedimientos, entre los principales.



Por todo esto es que la comunicación terminó resultando como el área de oportunidad de mayor relevancia que encontró este trabajo a través de las encuestas formuladas a un total de 97 trabajadores de distintos rangos.

Por tales motivos se ha diseñado una propuesta de mejora una vez realizado el análisis de los resultados obtenidos de la investigación, la misma que está orientada a tomar acciones a través de los canales de comunicación tanto de los medios físicos y virtuales.

Producto de esta investigación resultó que la innovación sí se encuentra bien fundamentada dentro de la institución a través de la influencia de la cultura organizacional; por ende la hipótesis en esta investigación se cumple.

## 7. Bibliografía

- Alabart, Y. (2003). *Contribución al Diagnóstico de la Cultura Organizacional en el sector empresarial cubano*. (Tesis de Doctorado). Ciudad de La Habana; Cuba: Instituto Superior Politécnico "José Antonio Echavarría".
- Canós, F. (2011). *Innovación, innovadores y empresas innovadoras*. Madrid, España: Díaz de Santos.
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento Organizacional*. Ciudad de México, México: Ediciones Mc. Graw-Hill/Interamericana Editores S.A.
- Contreras, F. & Barbosa, D. (2013). Del liderazgo transaccional al liderazgo transformacional: implicaciones para el cambio organizacional. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, (39), 152-164.
- Franklin, E., Krieger, M. (2012). *Comportamiento Organizacional*. Ciudad de México, México: Ediciones Pearson.
- Gómez, I., Ricardo, R. (2012). Cultura Organizacional: Aproximación Sectorial en Bogotá. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas Investigación y Reflexión*. 10(2), 19-41.
- González-Campo, C. H., & Ayala, A. H. (2014). Influencia de la capacidad de absorción sobre la innovación: un análisis empírico en las mipymes colombianas. *Estudios Gerenciales*, 30(132), 277-286.
- Naranjo, J., Calderón, G. (2015). Construyendo una cultura de innovación. Una propuesta de transformación cultural. *Revista Estudios Gerenciales*, 30(132), 277-286. Recuperado de <http://bit.ly/2gVGa65>
- Martínez, M. (2012). *Gestión del Cambio: La Gestión Empresarial*. Madrid, España: Editorial Díaz de Santos.
- Medellín, E. (2013). *Construir la innovación Gestión de Tecnología en la empresa*. Ciudad de México, México: Grupo Editorial Siglo XXI.
- Petit, E. (2012). El desarrollo organizacional innovador: un cambio conceptual para promover el desarrollo. *Revista de Ciencias Sociales*, 18(1), 74-88.