

“LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU INFLUENCIA
EN EL CLIMA ORGANIZACIONAL DE LOS
TRABAJADORES DE LA ASOCIACIÓN CRISTIANA DE
JÓVENES DEL PERU (YMCA PERU) SEDE PUEBLO
LIBRE, 2022”

Tesis para optar al título profesional de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN COMERCIAL

Autores:

Cesar Augusto Bravo Pizarro
Santiago Manuel Muñoz Bulnes

Asesor:

Mg. José Wilfredo Yáñez Palomino
<https://orcid.org/0000-0003-3928-3792>

Lima - Perú

JURADO EVALUADOR

Presidente del Jurado	Rafael Andrés Trucíos Maza	10734277
	Nombre y Apellidos	Nro. Colegiatura o DNI

Miembro del Jurado	Marianella Silvia Conde Gonzales	40208701
	Nombre y Apellidos	Nro. Colegiatura o DNI

Miembro del Jurado	Manuel Oswaldo Sandoval Heredia	06694704
	Nombre y Apellidos	Nro. Colegiatura o DNI

INFORME DE SIMILITUD

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU INFLUENCIA EN EL CLIMA ORGANIZACIONAL DE LOS TRABAJADORES DE LA ASOCIACIÓN CRISTIANA DE JÓVENES DEL PERU (YMCA PERU) SEDE PUEBLO LIBRE, 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.unu.edu.pe Fuente de Internet	8%
2	ebin.pub Fuente de Internet	2%
3	tesis.pucp.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	revistas.unlp.edu.ar Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Universidad Cuauhtemoc Trabajo del estudiante	1%
6	docs.bvsalud.org Fuente de Internet	1%
7	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
8	www.repositorioacademico.usmp.edu.pe Fuente de Internet	1%

DEDICATORIA

Dedicamos el presente trabajo, a nuestras familias, que nos apoyaron en todo momento, brindándonos sus tiempos, en apoyarnos, para que nosotros podamos cumplir con nuestros objetivos que nos hemos propuesto.

AGRADECIMIENTO

También agradecemos a Dios, por brindarnos el tiempo de vida, y la habilidad de razonar, para poder cumplir con nuestro objetivo que nos propusimos, también agradecemos a nuestros profesores, por entregarnos y compartir sus conocimientos y experiencias, con el objetivo de culminar nuestra carrera profesional.

Tabla de contenido

Jurado calificador	2
Informe de similitud	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS	8
ÍNDICE DE FIGURAS	9
ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN	11
RESUMEN	12
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	13
1.1. Realidad problemática	13
1.2. Formulación del problema	17
1.2.1. Problema General	17
1.2.2. Problemas Específicos	17
1.3. Objetivos	18
1.3.1. Objetivo general	18
1.3.2. Objetivo específicos	18
1.4. Hipótesis	18
1.4.1. Hipótesis general	18
1.4.2. Hipótesis específica	19
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	20
2.1. Tipo de investigación	20
2.2. Diseño metodológico	21
2.3. Población y muestra	22
2.3.1. Población	22

2.3.2. Muestra	22
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos	24
2.5. Procedimientos	25
CAPÍTULO III: RESULTADOS	28
3.1. Validación del instrumento	28
3.2. Prueba de normalidad	34
3.3. Coeficiente de Correlación de variable de SPEARMAN	36
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	50
4.1. Discusión	50
4.2. Limitación social	50
4.3. Limitación practica	51
4.4. Limitación teórica	51
4.5. Conclusiones	51
REFERENCIAS	53
ANEXOS	55

Índice de tablas

Tabla 1: Escalamiento de LIKERT	24
Tabla 2: Interpretación de los índices de correlación	26
Tabla 3: Fórmula estadística del Alfa de Cronbach	27
Tabla 4: Calculo de la muestra finita	28
Tabla 5: Aplicación de datos formula de muestra finita	29
Tabla 6: Aplicación de datos en fórmula estadística del Alfa de Cronbach.....	30
Tabla 7: Fiabilidad entre las Variables Responsabilidad Social y Clima Organizacional.....	31
Tabla 8: Fiabilidad de la Variable Responsabilidad Social.....	31
Tabla 9: Fiabilidad de la Variable Clima Organizacional	31
Tabla 10: Fiabilidad de la Dimensión Económica	32
Tabla 11: Fiabilidad de la Dimensión Social	32
Tabla 12: Fiabilidad de la Dimensión Ambiental	32
Tabla 13: Fiabilidad de la Dimensión Liderazgo.....	33
Tabla 14: Fiabilidad de la Dimensión Satisfacción	33
Tabla 15: Fiabilidad de la Dimensión Comunicación	33
Tabla 16: Fiabilidad de la Dimensión Reconocimiento.....	34
Tabla 17: Prueba de normalidad entre las Variables Responsabilidad Social y Clima Organizacional	35
Tabla 18: Correlaciones entre las Variables Responsabilidad Social y Clima Organizacional	37
Tabla 19: Correlaciones entre las Dimensiones Económica y Satisfacción.....	38
Tabla 20: Correlaciones entre las Dimensiones Social y Comunicación.....	39
Tabla 21: Correlaciones entre las Dimensiones Ambiental y Reconocimiento	40
Tabla 22: Matriz de consistencia variable responsabilidad social.....	55
Tabla 23: Matriz de consistencia variable clima organizacional.....	56

Índice de figuras

Figura 1: VARIABLE RESPONSABILIDAD SOCIAL	41
Figura 2: VARIABLE CLIMA ORGANIZACIONAL	42
Figura 3: DIMENSIÓN ECONÓMICA	43
Figura 4: DIMENSIÓN SOCIAL	44
Figura 5: DIMENSIÓN AMBIENTAL	45
Figura 6: DIMENSIÓN LIDERAZGO	46
Figura 7: DIMENSIÓN SATISFACCIÓN	47
Figura 8: DIMENSIÓN COMUNICACIÓN	48
Figura 9: DIMENSIÓN RECONOCIMIENTO	49
Figura 10: DIMENSIÓN ECONÓMICA	57
Figura 11: DIMENSIÓN ECONÓMICA	58
Figura 12: DIMENSIÓN ECONÓMICA	59
Figura 13: DIMENSIÓN SOCIAL	60
Figura 14: DIMENSIÓN SOCIAL	61
Figura 15: DIMENSIÓN SOCIAL	62
Figura 16: DIMENSIÓN AMBIENTAL	63
Figura 17: DIMENSIÓN AMBIENTAL	64
Figura 18: DIMENSIÓN AMBIENTAL	65
Figura 19: DIMENSIÓN LIDERAZGO	66
Figura 20: DIMENSIÓN LIDERAZGO	67
Figura 21: DIMENSIÓN LIDERAZGO	68
Figura 22: DIMENSIÓN SATISFACCIÓN	69
Figura 23: DIMENSIÓN SATISFACCIÓN	70
Figura 24: DIMENSIÓN SATISFACCIÓN	71
Figura 25: DIMENSIÓN COMUNICACIÓN	72

Figura 26: DIMENSIÓN COMUNICACIÓN	73
Figura 27: DIMENSIÓN COMUNICACIÓN	74
Figura 28: DIMENSIÓN COMUNICACIÓN	75
Figura 29: DIMENSIÓN RECONOCIMIENTO	76
Figura 30: DIMENSIÓN RECONOCIMIENTO	77
Figura 31: DIMENSIÓN RECONOCIMIENTO	78

Índice de ilustración

Ilustración 1: Formula para el tamaño de la muestra	23
Ilustración 2: Nivel de confianza para el tamaño de la muestra	23
Ilustración 3: Software IBM SPSS 24	25
Ilustración 4: Fórmula estadística del Alfa de Cronbach	27
Ilustración 5: Calculadora de muestra.....	29

RESUMEN

En los últimos años el crecimiento y éxito de una organización viene radicando en la importancia de un buen clima organizacional, esto debido a que un trabajador satisfecho logrará un óptimo desempeño laboral, es así que una cultura de responsabilidad social suma a las organizaciones, ocupándose así de factores claves como el medio ambiente, desarrollo de personas y lo económico, brindando la posibilidad en las organizaciones de construir espacios de trabajo amables, de confort, desarrollo y satisfacción en el ámbito laboral.

La presente investigación estudia la influencia de la responsabilidad social en el clima organizacional de los trabajadores de una organización sin fines de lucro.

El objetivo primordial fue determinar cómo influye la responsabilidad social en el clima organizacional en los trabajadores de la Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre, 2022.

La investigación tuvo un diseño no experimental de tipo transversal, ya que su propósito es describir las variables y su interrelación.

Para el desarrollo de la investigación se empleó una encuesta, que constaba de 21 preguntas, dicho instrumento se basó a un modelo de escala de Likert para la obtención de respuestas.

PALABRAS CLAVES: Responsabilidad social, responsabilidad social empresarial, clima organizacional, desempeño, satisfacción laboral, dimensiones de responsabilidad social, dimensiones de clima organizacional.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Desde hace varios años atrás, las organizaciones públicas y privadas muestran preocupación únicamente en generar ingresos económicos que beneficien a sus accionistas, dueños y/o niveles de gobernanza, con el pasar de los años esto ha ido cambiando y mejorando, considerando otros aspectos relevantes. En la actualidad algunas organizaciones buscan priorizar la responsabilidad social, e integrarla como parte de su cultura organizacional.

En nuestro país como a nivel mundial se han presentado casos de corrupción, explotación de mano de obra, violación a los derechos laborales, discriminación, daños al medioambiente, entre otros que conducen a la población a desconfiar de las organizaciones. Afortunadamente muchas de estas vienen demostrando interés en la sensibilidad social y en el trabajo organizacional, ya que los últimos años las organizaciones analizaron que los trabajadores pasan el mayor tiempo del día de su vida en el centro de labor o realizando trabajos para la organización.

El trabajador considera a la organización y/o empresa donde labora como un segundo hogar, por el tiempo que pasa laborando en ella, cumpliendo funciones asignadas, dentro del horario establecido, brindándole la atención necesaria, ya sea mentalmente, físicamente y salud, eso conlleva a que el trabajador brinde un resultado positivo, no solo para la organización sino también para el mismo trabajador por motivo que genera una convivencia con sus compañeros y jefes directos, interactuando, compartiendo experiencias, anécdotas, conocimientos y compartiendo ideas.

Al proponer y poner en marcha prácticas organizacionales que contribuyan en atender lo descrito líneas arriba, surge el plantear prácticas de responsabilidad social e integrar al clima organizacional en las estrategias de la organización, las cuales no son nuevas, ya que desde los inicios del siglo XX a la actualidad ha incursionado en el mundo un marco interés por parte de las organizaciones en adoptar buenas prácticas sobre responsabilidad social y su influencia en el clima organizacional.

La Responsabilidad Social (RS), actualmente, es de un gran valor y de una gran importancia en las organizaciones, ya que busca aumentar el bienestar social, organizacional y cultural no solo internamente en una organización privada, también en el estado, hoy en día es un tema de gran valor y que ha tomado mayor relevancia por lo vivido con la pandemia (COVID-19), hasta hace algunos años la responsabilidad social era vista como un gasto más, sin embargo, en la actualidad se ha vuelto una estrategia que brinda ventajas, respecto a competitividad, imagen, sostenibilidad en la organización.

Montañez Moya, et al, (2015) menciona que:

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es sin duda una herramienta valiosa para las organizaciones que buscan una ventaja competitiva frente a otras, adoptar políticas y lineamientos enfocados en el bienestar y cuidado de sus diversos grupos de interés, las organizaciones pueden alcanzar una satisfacción y lealtad mucho mayor por parte de sus usuarios, clientes, proveedores, trabajadores y la sociedad en general.

El clima organizacional hoy en día es considerado de mucha importancia para las organizaciones, ya que se genera, de una expresión personal o de un grupo de personas/trabajadores, en la actualidad es un tema de mucho valor para casi todas las organizaciones, dependiendo de los resultados se pueda obtener factores que permitan el continuo mejoramiento del ambiente laboral de la organización, y aumento de la productividad, sin discriminar el valor humano del trabajador.

Según Chiavenato, (2009) menciona que:

El clima organizacional es la calidad o la suma de características ambientales percibidas o experimentadas por los miembros de la organización, e influye poderosamente en su comportamiento. Se refiere a las propiedades motivacionales del ambiente de la organización, es decir, a aquellos aspectos de la organización que provocan distintas clases de motivación en sus miembros.

En sí, son mínimas las organizaciones y en ellos los líderes, que evalúan, y proponen integrar el concepto de responsabilidad social en el clima organizacional, dentro de la propia estrategia de la organización.

En la actualidad las organizaciones buscan en mejorar sus instalaciones, para brindar al trabajador un buen clima organizacional y laboral, donde pueda dar como resultado una buena productividad con un buen desempeño, y por ende que el trabajador se sienta satisfechos por los logros y resultados, y eficiente por realizar sus funciones.

La puesta en marcha de las prácticas organizacionales que contribuyan en atender, en base a lo antes mencionado, surgen las buenas prácticas de responsabilidad social y clima organizacional, estos términos no son nuevos para las organizaciones, ya que en los últimos años ha incursionado en el mundo un marco interés por parte de las organizaciones en adoptar buenas prácticas de responsabilidad social y clima organizacional.

La Responsabilidad Social y Clima Organizacional, en la actualidad son un tema de gran valor, y que ha tomado un mayor interés en las organizaciones, hasta inicios de los años 2000 estos temas eran vistos como un gasto más, sin embargo, en la actualidad se ha vuelto una estrategia constante en cada organización, en brinda ventajas respecto a competitividad, imagen, sostenibilidad y captación de nuevos valores profesionales.

Actualmente en el Perú no existe regulación sobre la responsabilidad social y el clima organizacional, en la actualidad los líderes de las organizaciones mantienen interés en tomar acción en estos campos tratando de crear estrategias innovadoras que busquen favorecer a sus organizaciones, en algunas ocasiones desarrollan acciones enmarcadas en el cuidado de la organización y en el trabajador, realizando estrategias de emprendimiento, capacitaciones, líneas de carreras, asensos, entre otros puntos que ayudaría al trabajador y a la organización a crecer.

El motivo principal que conlleva a realizar el presente trabajo sobre la responsabilidad social y la influencia que pueda tener en el Clima Organizacional dentro de la organización, es, la influencia que tiene directamente en los trabajadores dentro de La Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre.

Para abordar la responsabilidad social y la influencia que pueda tener en el clima organizacional en La Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre se trabajará con las siguiente:

Dimensiones Responsabilidad Social:

Dimensión Económica, Dimensión Social y Dimensión Ambiental.

Dimensiones Clima Organizacional:

Dimensión Liderazgo, Dimensión Satisfacción, Dimensión Comunicación y Dimensión Reconocimiento.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema General

¿Cómo influye la Responsabilidad Social en el Clima Organizacional de los trabajadores de La Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre, 2022?

1.2.2. Problemas Específicos

¿Qué influencia existe entre la Responsabilidad Social y el Clima Organizacional en los trabajadores de La Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre, 2022?

¿Qué dimensiones de la Responsabilidad Social se relacionan con el Clima Organizacional de los trabajadores de La Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre, 2022?

¿Qué dimensiones de la Responsabilidad Social y el de Clima Organizacional se desarrollan en La Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre, 2022?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar cómo influye la Responsabilidad Social en el Clima Organizacional en los trabajadores de La Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre, 2022.

1.3.2. Objetivo específicos

Determinar la relación que existe entre la Dimensión Económica y la Dimensión Satisfacción de los trabajadores de La Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre, 2022.

Determinar la relación que existe entre la Dimensión Social y la Dimensión Comunicación entre los trabajadores de La Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre, 2022.

Determinar la relación que existe entre la Dimensión Ambiental y la Dimensión Reconocimiento de los trabajadores de La Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre, 2022.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis general

Existe una relación positiva entre la responsabilidad social y el clima organizacional de los trabajadores de La Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre, 2022.

1.4.2. Hipótesis específica

Existe una relación positiva entre la dimensión económica y la dimensión satisfacción de los trabajadores de La Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre, 2022.

Existe una relación positiva entre la dimensión social y la dimensión comunicación de los trabajadores de La Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre, 2022.

Existe una relación positiva entre la dimensión ambiental y la dimensión reconocimiento de los trabajadores de La Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre, 2022.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación es descriptivo y correlacional, ya que, se desea saber el nivel de relación que pueda tener entre la Responsabilidad Social y el Clima Organizacional.

Con los dos estudio descriptivo y correlacional, se buscará comprender la influencia que genera en los trabajadores de La Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre, la relación que tiene entre la Responsabilidad Social y el Clima Organizacional.

Hernández Sampieri, et al, (2014) mencionan que:

Los estudios descriptivos se enfocan en recopilar y analizar información sobre las propiedades, características y perfiles de un fenómeno sin intervenir o manipular las variables. El objetivo principal de estos estudios es obtener una descripción precisa y detallada del fenómeno en cuestión para comprenderlo mejor y poder generar hipótesis o teorías en estudios posteriores.

Hernández Sampieri, et al, (2014) mencionan que:

Los estudios correlacionales buscan analizar la relación o asociación entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto específico. Aunque también es cierto que en algunos casos se analiza la relación solamente entre dos variables, en otros se pueden analizar vínculos entre tres, cuatro o más variables. Es importante destacar que los estudios correlacionales no permiten establecer relaciones causales entre las variables, sino únicamente la asociación entre ellas.

2.2. Diseño metodológico

Es una investigación de diseño no experimental de tipo transversal, ya que su propósito es describir las variables y su interrelación, dejando de lado algún tipo de manipulación y que afecte el resultado, y así analizar el nivel de influencia que tiene entre ambas variables.

Hernández Sampieri, et al, (2014) indican sobre la investigación no experimental.

Este tipo de investigación se lleva a cabo sin manipular deliberadamente las variables independientes. En lugar de ello, utiliza datos ya existentes y observa variables y relaciones entre ellas en su contexto natural. También se le conoce como investigación ex post-facto ya que los hechos y variables ya han ocurrido antes de que el investigador las observe.

Por otro lado, el trabajo de investigación se sustentará en la fusión de dos enfoques, el cuantitativo y el cualitativo, en la cual, de manera unida, forman un tercer enfoque que es el enfoque mixto.

Hernández Sampieri, et al, (2014) mencionan que:

Los estudios cuantitativos siguen un patrón predecible y estructurado (el proceso). En una investigación cuantitativa se pretende generalizar los resultados encontrados en un grupo (muestra) a una colectividad mayor (población). El enfoque cualitativo (también conocido como investigación naturalista, fenomenológica o interpretativa) es una especie de “paraguas” en el cual se incluye una variedad de concepciones, visiones, técnicas y estudios no cuantitativos. Se utiliza en primer lugar para descubrir y perfeccionar preguntas de investigación.

Hernández Sampieri, et al, (2014) indican que:

La controversia entre los enfoques cuantitativo y cualitativo en la investigación ciertamente existió en el siglo XX, pero hoy en día se reconoce que ambas formas son valiosas para el avance del conocimiento científico y que no hay una que sea intrínsecamente mejor que la otra. Actualmente, los métodos mixtos son comúnmente utilizados y han puesto fin a la llamada "guerra de paradigmas". Un método mixto se trata de un enfoque de investigación que combina la recolección y análisis de datos cuantitativos y cualitativos para obtener el mayor entendimiento posible del fenómeno en estudio. Esta metodología se basa en procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación, y permite la integración y discusión conjunta de toda la información recabada para realizar inferencias más precisas. El objetivo final de los métodos mixtos es obtener resultados más completos y precisos que permitan una mejor comprensión del fenómeno bajo estudio.

2.3. Población y muestra

2.3.1. Población

El presente trabajo de investigación cuenta una población de 163 trabajadores de la Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre, conformada por personal directivo, jefatura, administrativo y operativo.

2.3.2. Muestra

Para el presente trabajo de investigación la muestra se determinará siguiendo la siguiente fórmula:

Ilustración 1: Formula para el tamaño de la muestra

Cómo calcular el tamaño de muestra para una población finita

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

n = Tamaño de muestra buscado

N = Tamaño de la Población o Universo

Z = Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC)

e = Error de estimación máximo aceptado

p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)

q = (1 - p) = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

Fuente: Questionpro, 2023

Fórmula para la muestra de una población finita que se aplicó para obtener el tamaño de la muestra en los trabajadores de la Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre.

Ilustración 2: Nivel de confianza para el tamaño de la muestra

Nivel de confianza	Z _{alfa}
99.7%	3
99%	2,58
98%	2,33
96%	2,05
95%	1,96
90%	1,645
80%	1,28
50%	0,674

Andrea, (2019)

El nivel de confianza que se utilizó para el cálculo de la muestra es de 95%, el cual el Z alfa equivale a 1.96.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

La medición de la encuesta, se basó a un modelo de escala de Likert, se utilizará cinco ítems con el cual se mediría el grado de conformidad de un grupo de personas, determinando el nivel de aceptación sea afirmativa o negativa en relación, a la Responsabilidad Social y su influencia en el Clima Organizacional en La Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre.

El nivel de fuerza e intensidad de la escala de Likert va desde:

Tabla 1: Escalamiento de LIKERT

Valor	5	4	3	2	1
Respuestas	Totalmente de acuerdo.	De acuerdo.	Me es indiferente.	En desacuerdo.	Totalmente en desacuerdo.

Elaborado: Por los autores

Hernández Sampieri, et al, (2014)

Consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios, ante los cuales se pide la reacción de los participantes. Es decir, se presenta cada afirmación y se solicita al sujeto que externe su reacción eligiendo uno de los cinco puntos o categorías de la escala. A cada punto se le asigna un valor numérico. Así, el participante obtiene una puntuación respecto de la afirmación y al final su puntuación total, sumando las puntuaciones obtenidas en relación con todas las afirmaciones.

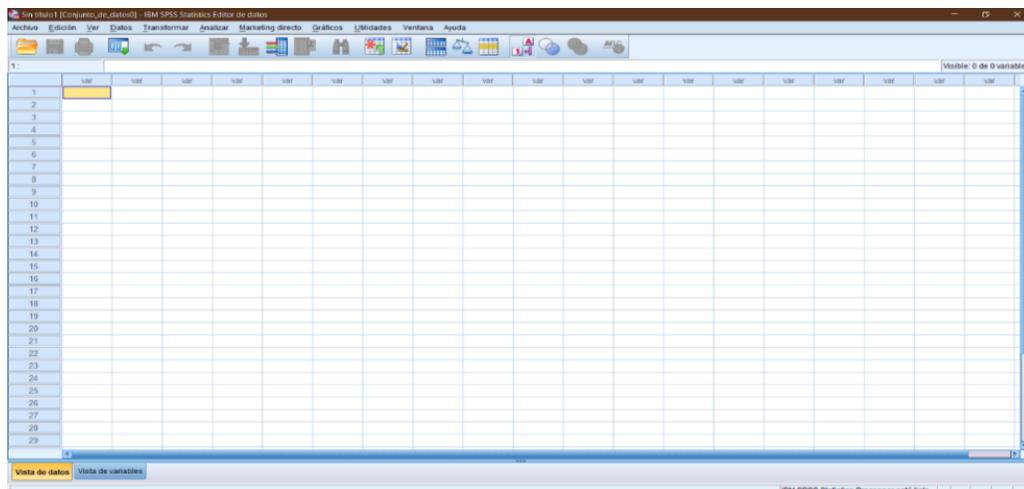
2.5. Procedimientos

Las técnicas empleadas para el procesamiento de la información y análisis de los datos serán por el SPSS 24 (Statistical Package for the Social Sciences) (Paquete estadístico para las ciencias sociales) y Excel.

Quezada Lucio, (2017) indica que:

IBM SPSS 24 es un software que ofrece un rápido entorno de modelación estadístico visual que va desde lo más simple hasta lo más complejo para crear modelos de manera interactiva y realizar cambios utilizando técnicas analíticas probadas y acreditada. Este programa permite sacar el máximo provecho a los datos, utilizando una completa gama de herramientas estadísticas. También ofrece un amplio abanico de posibilidades para llevar a cabo todo el proceso analítico proporcionando respuesta que las hojas de cálculo y las bases de datos no pueden facilitar.

Ilustración 3: Software IBM SPSS 24



Fuente: Software IBM SPSS 24

Otro instrumento de medición que se utilizara para medir los resultados es el Coeficiente Alfa de Cronbach, con el cual se obtendrá el valor de fiabilidad que existe entre Responsabilidad Social y su influencia en el Clima Organizacional.

Celina Oviedo, et al, (2005) mencionan que:

El valor mínimo aceptable para el coeficiente alfa de Cronbach es 0,70; por debajo de ese valor la consistencia interna de la escala utilizada es baja. Por su parte, el valor máximo esperado es 0,90; por encima de este valor se considera que hay redundancia o duplicación. Varios ítems están midiendo exactamente el mismo elemento de un constructo; por lo tanto, los ítems redundantes deben eliminarse. Usualmente, se prefieren valores de alfa entre 0,80 y 0,90.

Tabla 2: Interpretación de los índices de correlación

Rango	Interpretación
$\geq 0.70 <$	Correlación muy fuerte
$\geq 0.50 < 0.70$	Correlación fuerte
$\geq 0.30 < 0.50$	Correlación moderada
$\geq 0.10 < 0.30$	Correlación baja – débil
$\geq 0.00 < 0.10$	Correlación muy débil

Fuente: Sierra, (1999)

Ilustración 4: Fórmula estadística del Alfa de Cronbach

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Fuente: AntonioWRS, (2014)

Tabla 3: Fórmula estadística del Alfa de Cronbach

Items	Interpretación
α	Coeficiente de Alfa de Cronbach.
K	El número de ítems.
S_i^2	Sumatoria de Varianzas de los Ítems.
S_T^2	Varianza de la suma de los Items.

Fuente: AntonioWRS, (2014)

CAPÍTULO III: RESULTADOS

3.1. Validación del instrumento

Para la validación del cuestionario que se realizó propiamente, se seleccionó a una muestra 116 participantes, pertenecientes a la Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre en el año 2022, quienes contestaron satisfactoriamente a todas las preguntas.

En este caso se aplicó la fórmula de una población finita y obtener el tamaño de la muestra en los trabajadores de la Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre, siendo una muestra probalística.

Carrasco, (2009) planteó que la muestra:

Es una parte o fragmento representativo de la población, cuyas características esenciales son las de ser objetiva y reflejo fiel de ella, de tal manera que los resultados obtenidos en la muestra puedan generalizarse a todos los elementos que conforman dicha población.

Tabla 4: Calculo de la muestra finita

Parámetro	Valores
N	163
Z	1.96
P	50%
Q	50%
e	5%

Elaborado: Por los autores

Tabla 5: Aplicación de datos formula de muestra finita

$n = \frac{163 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2 \times (163 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$	$n = \frac{156.5452}{1.3654}$
	$n = \mathbf{116}$

Elaborado: Por los autores

Lacave Rodero, et al, (2015) indican que:

Con el objeto de dotar de significación a las preguntas del cuestionario. Para ello se suele calcular el coeficiente alfa de Cronbach, que está basado en la correlación interelementos promedio y asume que los ítems (medidos en escala tipo Likert) miden un mismo constructo y que están altamente correlacionados.

Ilustración 5: Calculadora de muestra

Calculadora de muestra

Nivel de confianza: 95% 99%

Margen de Error:

Población:

Tamaño de Muestra:

Fuente: Questionpro, (2023)

Con la recopilación de los resultados del cuestionario se creó una data, y con ayuda del software estadístico IBM SPSS 24 se realizó el Análisis de Fiabilidad utilizando el instrumento de medición el Alfa de Cronbach.

Tabla 6: Aplicación de datos en fórmula estadística del Alfa de Cronbach

α	Coefficiente de confiabilidad del cuestionario	0.944
k	Número de ítems del instrumento	21
$\sum s_i^2$	Sumatoria de las varianzas de los ítems	23.98
S_T^2	Varianza total del instrumento	236.45

Elaborado: Por los autores

Tabla 7: Fiabilidad entre las Variables Responsabilidad Social y Clima Organizacional

Alfa de Cronbach	N de elementos
,944	21

Para los 21 elementos de las Variables de Responsabilidad Social y Clima Organizacional, el nivel de fiabilidad en la escala del Alfa de Cronbach es de una correlación Muy fuerte.

Tabla 8: Fiabilidad de la Variable Responsabilidad Social

Alfa de Cronbach	N de elementos
,823	9

Para los 9 elementos de la Variable de Responsabilidad Social, el nivel de fiabilidad en la escala del Alfa de Cronbach es de una correlación Muy fuerte.

Tabla 9: Fiabilidad de la Variable Clima Organizacional

Alfa de Cronbach	N de elementos
,933	12

Para los 12 elementos de la Variable de Clima Organizacional, el nivel de fiabilidad en la escala del Alfa de Cronbach es de una correlación Muy fuerte.

Tabla 10: Fiabilidad de la Dimensión Económica

Alfa de Cronbach	N de elementos
,766	3

Para los 3 elementos de la Dimensión Económica de la Variable Responsabilidad Social, el nivel de fiabilidad en la escala del Alfa de Cronbach es de una correlación Muy fuerte.

Tabla 11: Fiabilidad de la Dimensión Social

Alfa de Cronbach	N de elementos
,797	3

Para los 3 elementos de la Dimensión Social de la Variable Responsabilidad Social, el nivel de fiabilidad en la escala del Alfa de Cronbach es de una correlación Muy fuerte.

Tabla 12: Fiabilidad de la Dimensión Ambiental

Alfa de Cronbach	N de elementos
,894	3

Para los 3 elementos de la Dimensión Ambiental de la Variable Responsabilidad Social, el nivel de fiabilidad en la escala del Alfa de Cronbach es de una correlación Muy fuerte.

Tabla 13: Fiabilidad de la Dimensión Liderazgo

Alfa de Cronbach	N de elementos
,763	3

Para los 3 elementos de la Dimensión Ambiental de la Variable Clima Organizacional, el nivel de fiabilidad en la escala del Alfa de Cronbach es de una correlación Muy fuerte.

Tabla 14: Fiabilidad de la Dimensión Satisfacción

Alfa de Cronbach	N de elementos
,816	3

Para los 3 elementos de la Dimensión Satisfacción de la Variable Clima Organizacional, el nivel de fiabilidad en la escala del Alfa de Cronbach es de una correlación Muy fuerte.

Tabla 15: Fiabilidad de la Dimensión Comunicación

Alfa de Cronbach	N de elementos
,903	3

Para los 3 elementos de la Dimensión Comunicación de la Variable Clima Organizacional, el nivel de fiabilidad en la escala del Alfa de Cronbach es de una correlación Muy fuerte.

Tabla 16: Fiabilidad de la Dimensión Reconocimiento

Alfa de Cronbach	N de elementos
,634	3

Para los 3 elementos de la Dimensión Reconocimiento de la Variable Clima Organizacional, el nivel de fiabilidad en la escala del Alfa de Cronbach es de una correlación Fuerte.

3.2. Prueba de normalidad

Para definir el tipo de coeficiente de correlación que se utilizara para el análisis, se realizara la prueba del Test normalidad de Kolmogórov – Smirnov y Shapiro-Wilk.

En el análisis, se busca encontrar si los datos son normales o no normales, también se trabajará con el tamaño de la población con el cual se definirá si se utilizara entre Spearman y Pearson, y el nivel de significancia que pueda tener.

Flores Tapia & Flores Cevallos, (2021) indican que:

“Este test se emplea para contrastar normalidad cuando el tamaño de la muestra es menor a 50 observaciones y en muestras grandes es equivalente al test de Kolmogórov – Smirnov”.

Flores Tapia & Flores Cevallos, (2021) indican que:

“La prueba de Kolmogórov-Smirnov es una prueba de bondad de ajuste ampliamente utilizada para probar la normalidad de los datos muestrales”.

Hernández Sampieri, et al, (2014) indican que:

El nivel de significancia de 0.05, el cual implica que el investigador tiene 95% de seguridad para generalizar sin equivocarse y sólo 5% en contra. En términos de probabilidad, 0.95 y 0.05, respectivamente; ambos suman la unidad. Este nivel es el más común en ciencias sociales.

Hernández Sampieri, et al, (2014) indican que:

“El nivel de significancia o significación se expresa en términos de probabilidad (0.05 y 0.01) y la distribución maestra también como probabilidad (el área total de ésta como 1.00)”.

Tabla 17: Prueba de normalidad entre las Variables Responsabilidad Social y Clima Organizacional

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Variable Responsabilidad Social	,295	163	,000	,825	163	,000
Variable Clima Organizacional	,247	163	,000	,885	163	,000

Si hay relación con Kolmogorov-Smirnov ya que la población (gl) es mayor a 50. El nivel de significancia (Sig.) es menor a 0.05, significa que los datos NO son normales, y se utilizaría la prueba paramétrica de Rho de Spearman.

3.3. Coeficiente de Correlación de variable de SPEARMAN

El coeficiente de correlación que se utilizara es el de Spearman, nos ayudara a medir la fuerza la asociación que pueda tener entre las dos variables incluido la dirección que está asociado.

Roy-García, et al, (2019) indican que:

La correlación de Spearman o también conocida como rho de Spearman es el análogo no paramétrico de la correlación de Pearson. Se utiliza para variables cuantitativas de libre distribución o con datos ordinales. La correlación de Spearman se basa en la sustitución del valor original de cada variable por sus rangos.

Tabla 18: Correlaciones entre las Variables Responsabilidad Social y Clima Organizacional

		Responsabilidad Social	Clima Organizacional
Rho de Spearman	Responsabilidad Social	Coefficiente de correlación	,783
		Sig. (bilateral)	,000
		N	163
	Clima Organizacional	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,000
		N	163

Interpretación:

Existe una correlación muy fuerte con un coeficiente de 0,783 y significativa (P valor menor que 0,05) entre las variables responsabilidad social y clima organizacional.

Tabla 19: Correlaciones entre las Dimensiones Económica y Satisfacción

		Dimensión Económica	Dimensión Satisfacción
Rho de Spearman	Dimensión Económica	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
	N		163
	Dimensión Satisfacción	Coefficiente de correlación	,531
Sig. (bilateral)		,000	
N		163	

Interpretación:

Existe una correlación fuerte con un coeficiente de 0,531 y significativa (P valor menor que 0,05) entre las dimensiones económicas y satisfacción.

Tabla 20: Correlaciones entre las Dimensiones Social y Comunicación

		Dimensión Social	Dimensión Comunicación
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1,000	,472
	Dimensión Social Sig. (bilateral)	.	,000
	N	163	163
	Coeficiente de correlación	,472	1,000
	Dimensión Comunicación Sig. (bilateral)	,000	.
	N	163	163

Interpretación:

Existe una correlación moderada con un coeficiente de 0,472 y significativa (P valor menor que 0,05) entre las dimensiones social y comunicación.

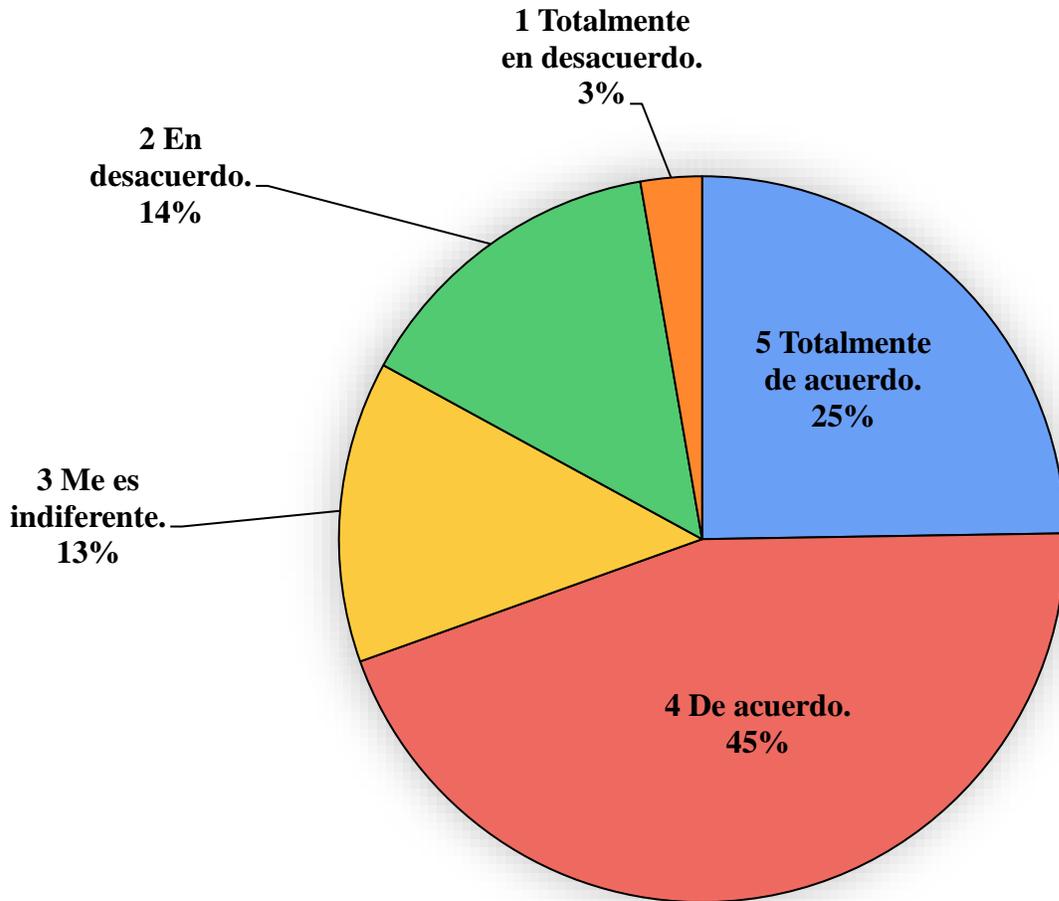
Tabla 21: Correlaciones entre las Dimensiones Ambiental y Reconocimiento

		Dimensión Ambiental	Dimensión Reconocimiento
Rho de Spearman	Dimensión Ambiental	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	163
	Dimensión Reconocimiento	Coefficiente de correlación	,568
		Sig. (bilateral)	,000
		N	163

Interpretación:

Existe una correlación fuerte con un coeficiente de 0,568 y significativa (P valor menor que 0,05) entre la dimensión ambiental y dimensión reconocimiento.

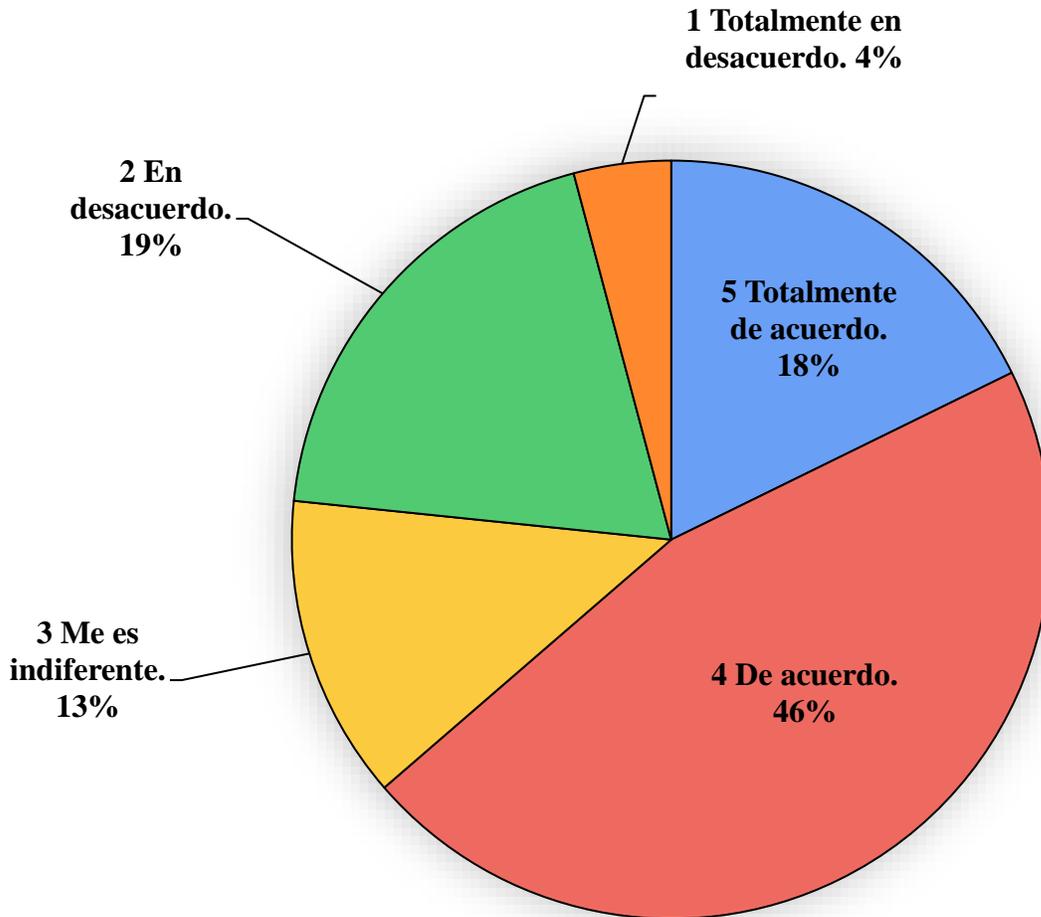
Figura 1: VARIABLE RESPONSABILIDAD SOCIAL



Elaborado: Por los autores

El 70% (Top Two Box) de los participantes de la muestra (Totalmente de acuerdo 25% + De acuerdo 45%), considera que la organización cuenta con una cultura de Responsabilidad Social.

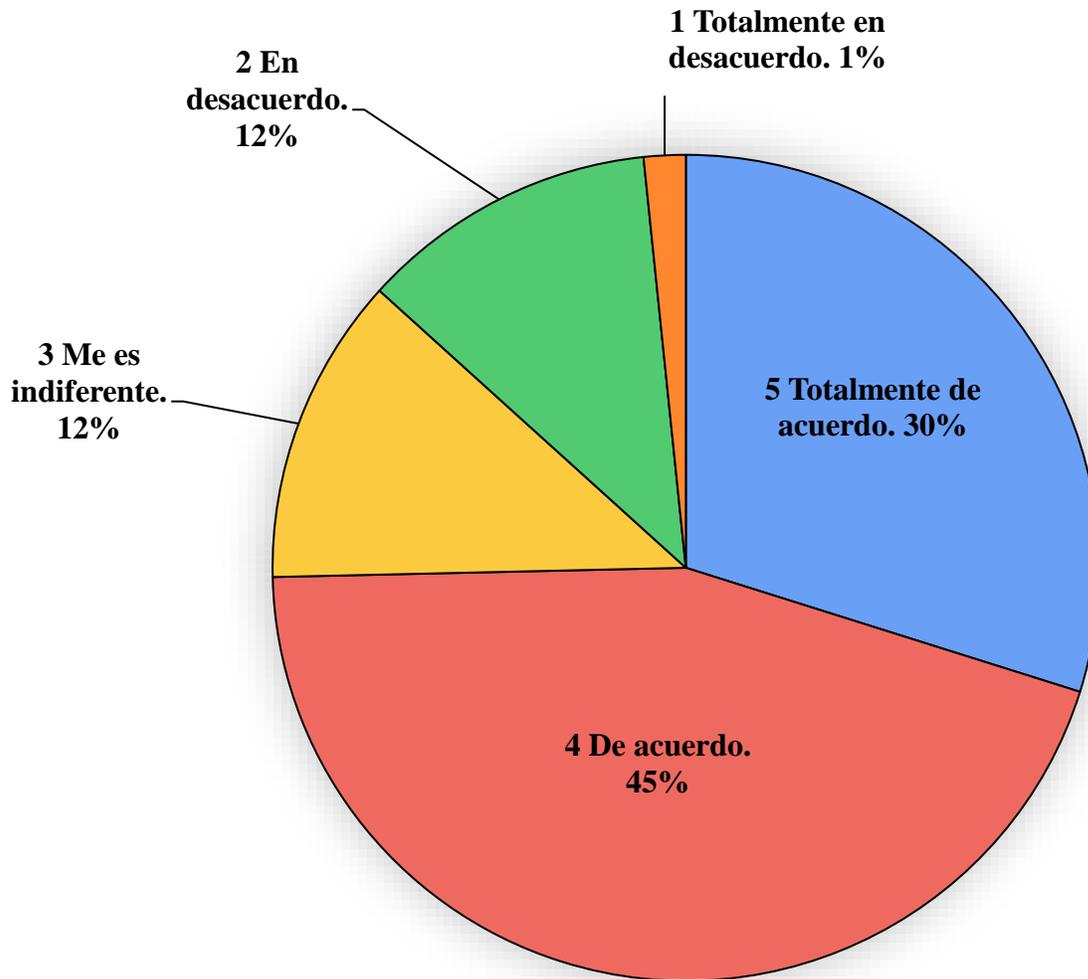
Figura 2: VARIABLE CLIMA ORGANIZACIONAL



Elaborado: Por los autores

El 64% (Top Two Box) de los participantes de la muestra (Totalmente de acuerdo 18% + De acuerdo 46%), considera que la organización se preocupa por mantener un Clima Organizacional favorable para sus trabajadores.

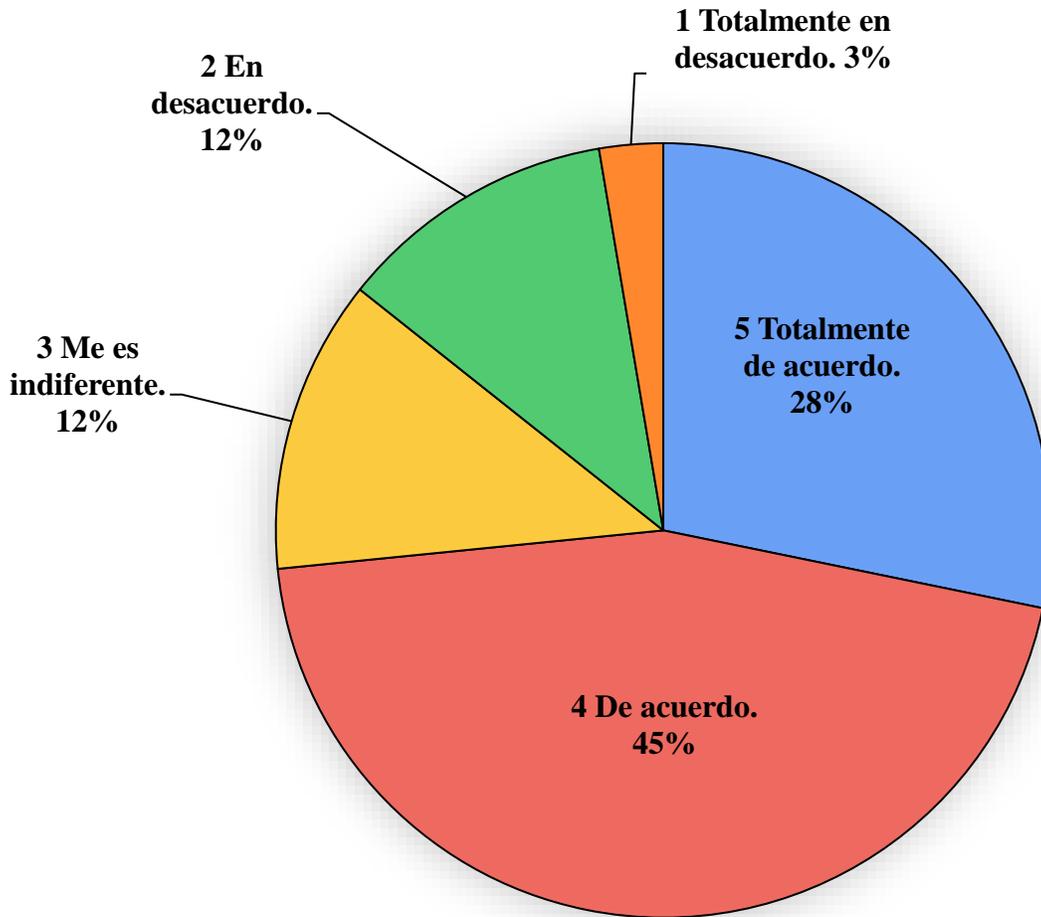
Figura 3: DIMENSIÓN ECONÓMICA



Elaborado: Por los autores

El 75% (Top Two Box) de los participantes de la muestra (Totalmente de acuerdo 30% + De acuerdo 45%), considera que la organización es responsable con la Dimensión Económica. Esto en relación al cumplimiento de obligaciones fiscales, así como en lo relacionado a la gestión eficiente los servicios que ofrece y de su productividad.

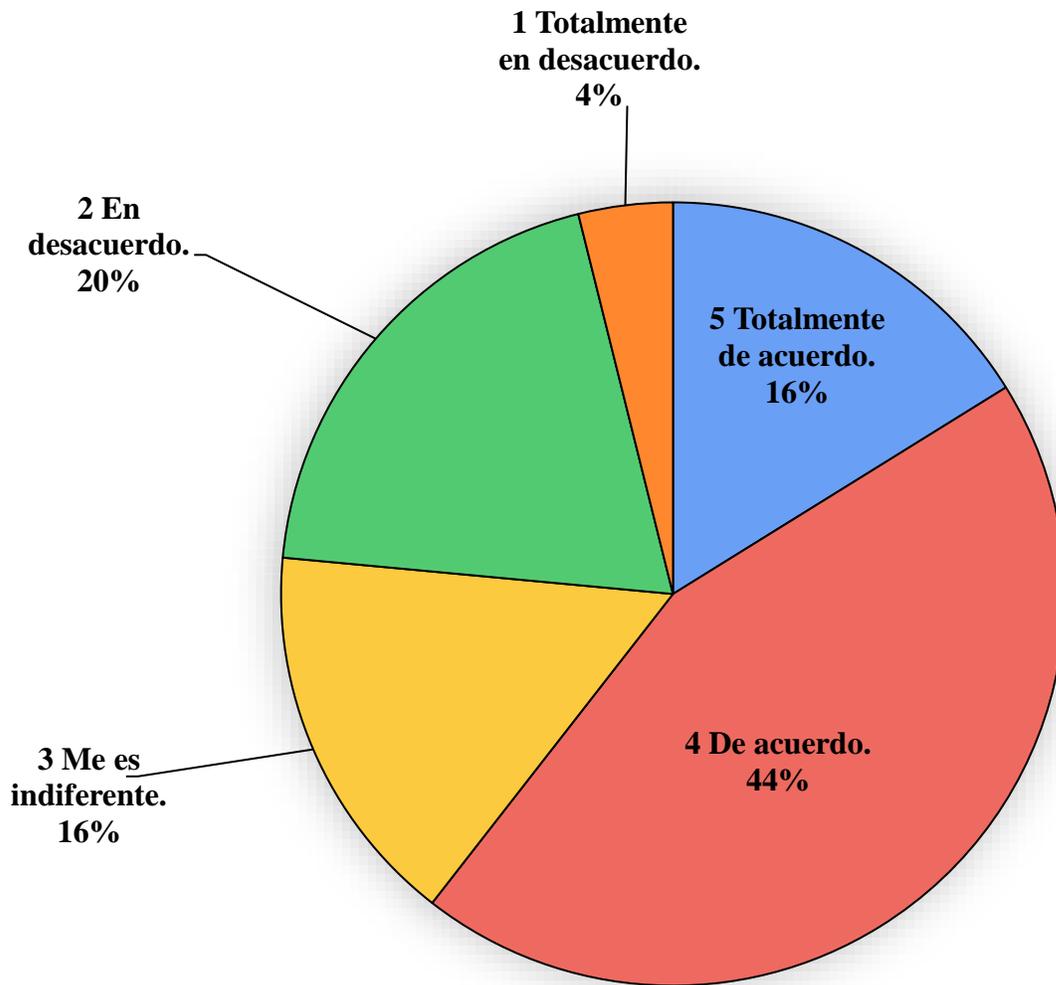
Figura 4: DIMENSIÓN SOCIAL



Elaborado: Por los autores

El 73% (Top Two Box) de los participantes de la muestra (Totalmente de acuerdo 28% + De acuerdo 45%), considera que la organización es responsable con la Dimensión Social. Esto quiere decir que la organización se vincula de forma favorable con la comunidad y sociedad en general, en relación a aspectos como generación de empleo, beneficios sociales, respeto la igualdad de género, educación y trabajo digno.

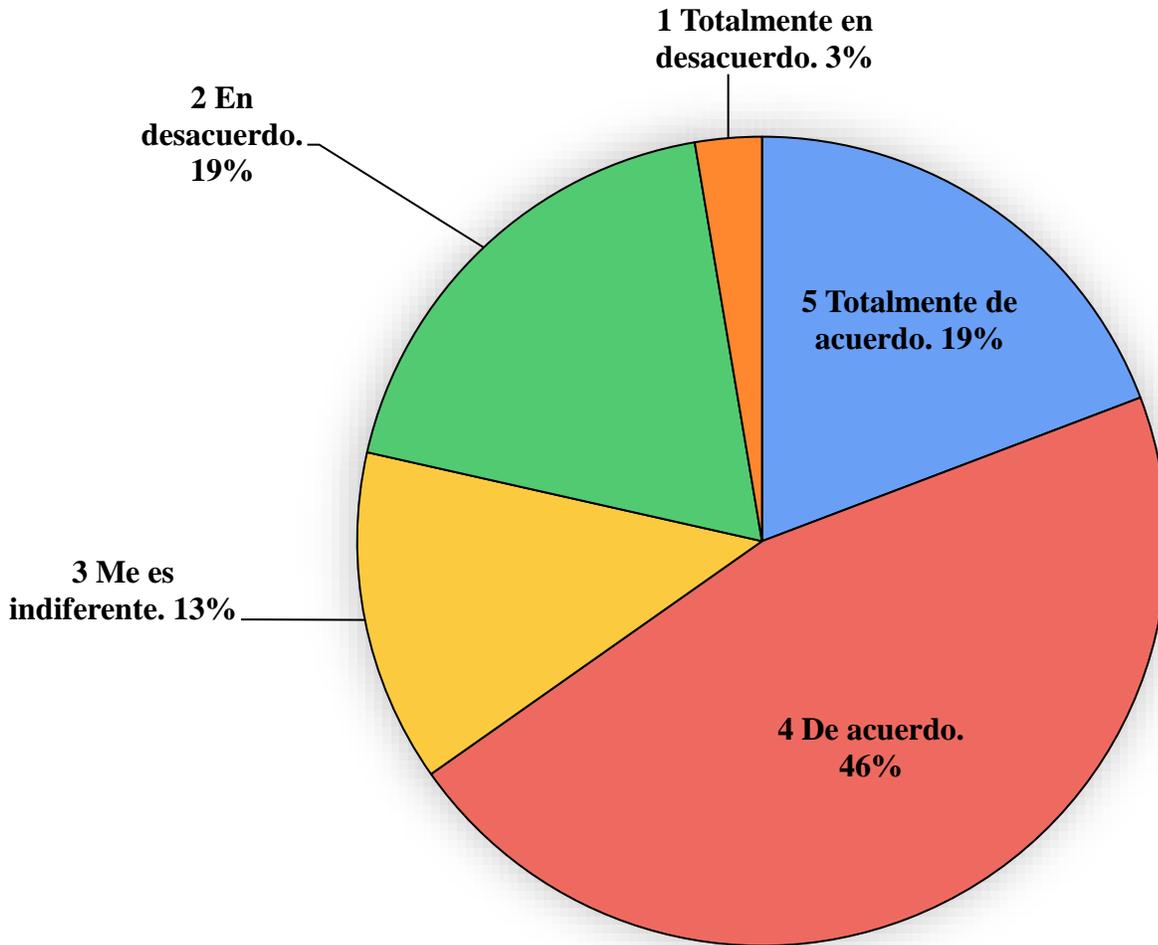
Figura 5: DIMENSIÓN AMBIENTAL



Elaborado: Por los autores

El 60% (Top Two Box) de los participantes de la muestra (Totalmente de acuerdo 16% + De acuerdo 44%), considera que la organización es responsable con la Dimensión Ambiental. Esto quiere decir que la organización demuestra un compromiso para con el medio ambiente y el entorno en el que se desenvuelven los ciudadanos.

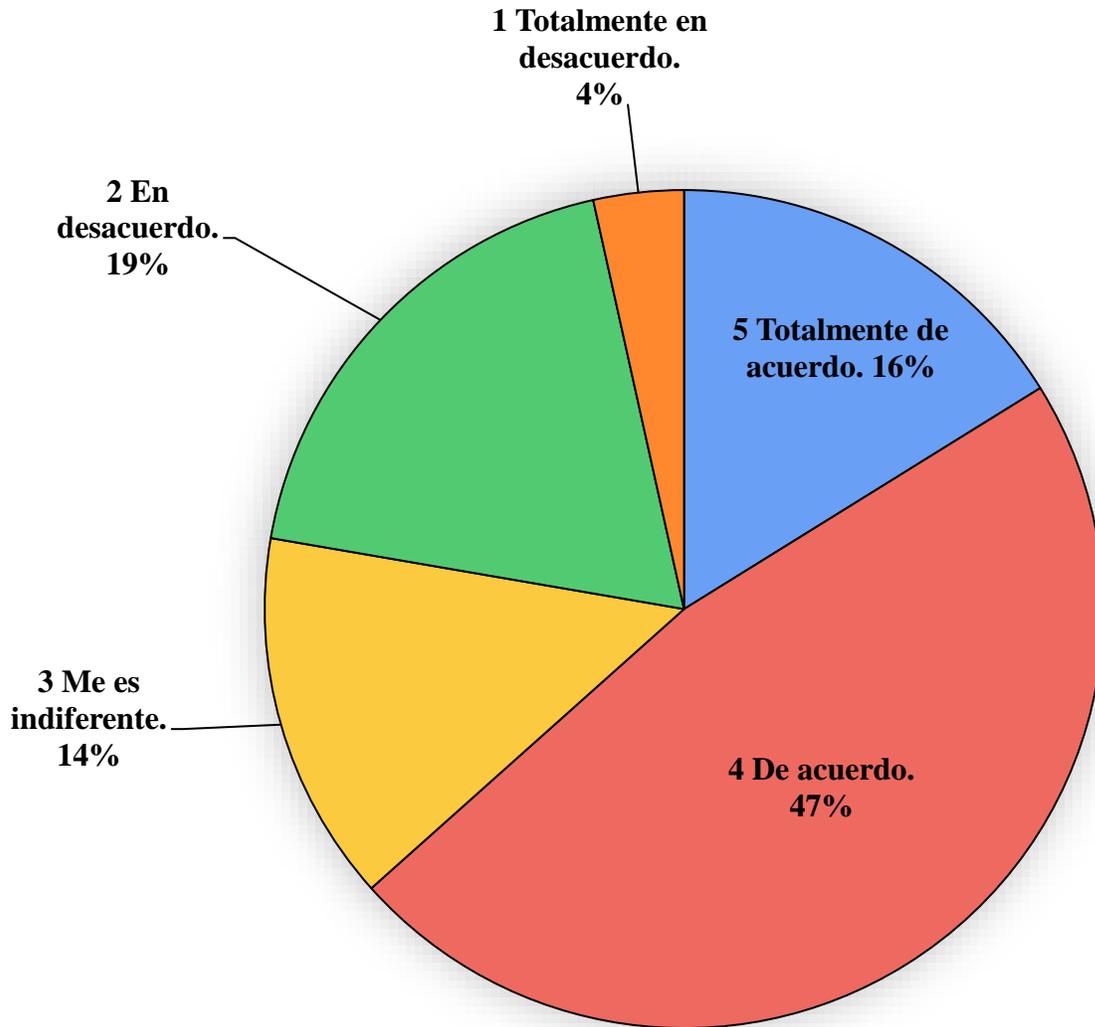
Figura 6: DIMENSIÓN LIDERAZGO



Elaborado: Por los autores

El 65% (Top Two Box) de los participantes de la muestra (Totalmente de acuerdo 19% + De acuerdo 46%), considera que la organización es responsable con la Dimensión Liderazgo. Esto quiere decir que en la organización existe un liderazgo sobre el equipo profesional favorable, que permite el cumplimiento de los objetivos organizacionales. Esto debido a las oportunidades que se brindan a los trabajadores y la valoración que le dan a sus aportes en beneficio de la organización.

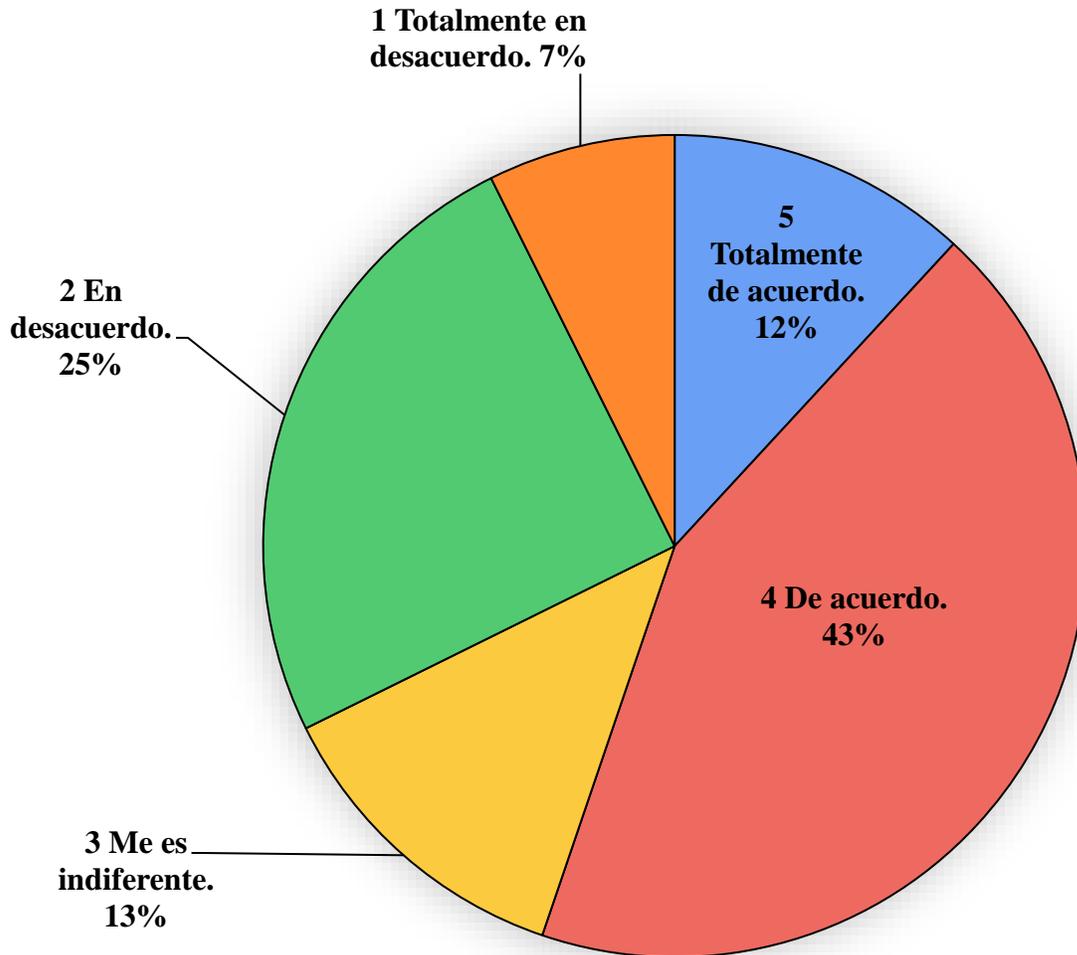
Figura 7: DIMENSIÓN SATISFACCIÓN



Elaborado: Por los autores

El 63% (Top Two Box) de los participantes de la muestra (Totalmente de acuerdo 16% + De acuerdo 47%), considera que la organización es responsable con la Dimensión Satisfacción. Esto nos refleja la satisfacción laboral del equipo profesional de la organización esto relacionado con experiencias positivas vividas dentro del ámbito laboral.

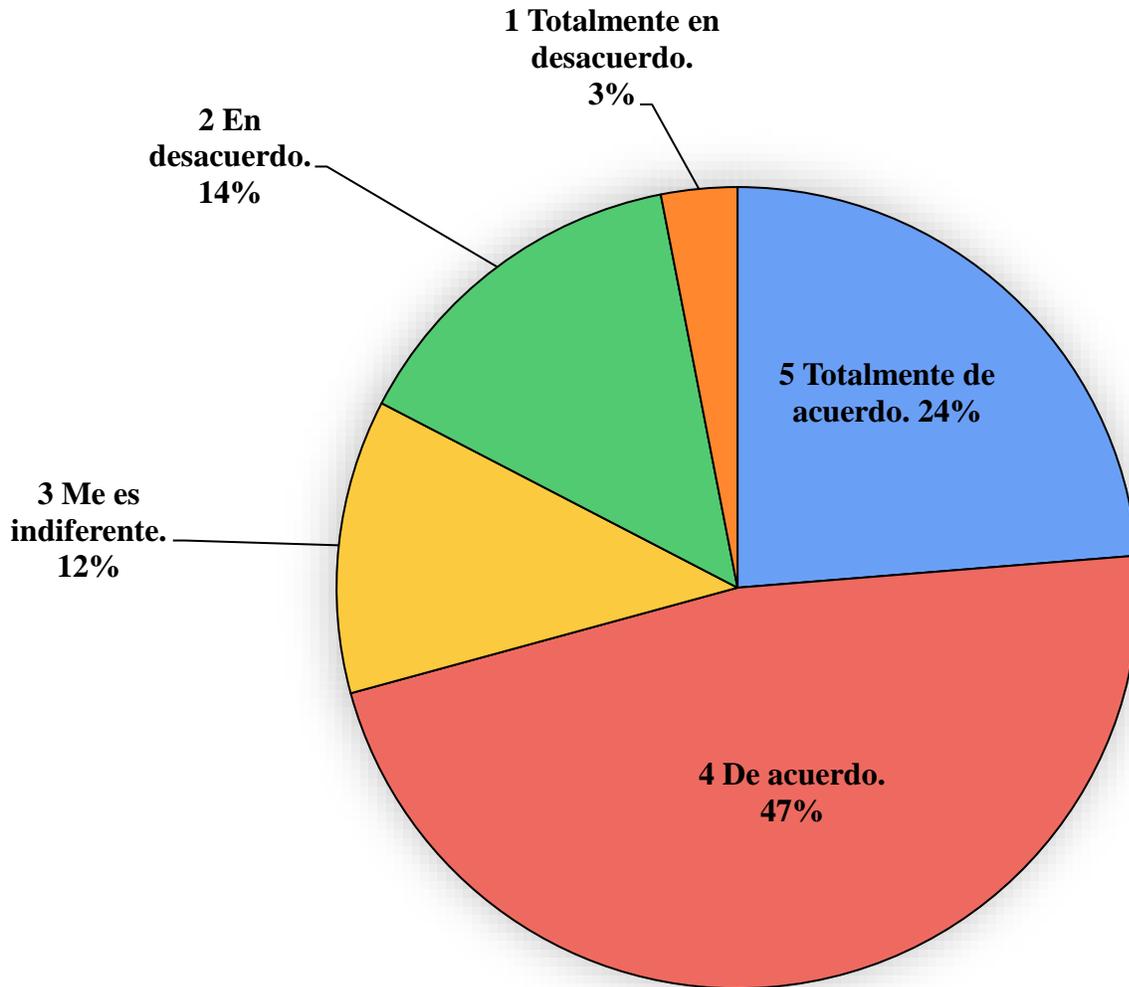
Figura 8: DIMENSIÓN COMUNICACIÓN



Elaborado: Por los autores

El 55% (Top Two Box) de los participantes de la muestra (Totalmente de acuerdo 12% + De acuerdo 43%), considera que la organización es responsable con la Dimensión Comunicación. Esto nos quiere decir que la organización desarrolla y promueve una cultura de comunicación fluida y abierta a todo nivel, lo cual favorece a la organización en el cumplimiento de sus objetivos institucionales.

Figura 9: DIMENSIÓN RECONOCIMIENTO



Elaborado: Por los autores

El 71% (Top Two Box) de los participantes de la muestra (Totalmente de acuerdo 24% + De acuerdo 47%), considera que la organización es responsable con la Dimensión Reconocimiento. Esto nos quiere decir que la organización maneja y promueve una cultura de reconocimiento y elogio a la labor que efectúan los trabajadores.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Discusión

La importancia de incluir en las estrategias organizacionales la responsabilidad social resulta fundamental para sumar al clima organizacional y a la relación favorable entre trabajador y organización. Como principales resultados tenemos que las actividades vinculadas a la responsabilidad social vinculadas a su enfoque social, económico y medioambiental se encuentran directamente vinculadas con el clima organizacional de los trabajadores de la organización, generando confianza en el cuerpo profesional de la organización.

4.2. Limitación social

Respecto a la limitación social, el proceso de recolección de datos fue un tanto difícil, por el número estimado de trabajadores a los que debíamos aplicar el instrumento, 116 según la fórmula mostrada. Dentro de los principales motivos fue que se encontraban en plena temporada alta de labores “vacaciones de verano” y los tiempos eran acotados, sumado a ello la situación de pandemia que vivimos, pues algunos trabajadores se encontraban en labores remotas, por ello se optó enviar la encuesta de manera virtual, mediante correo electrónico y WhatsApp, medios por los cuales compartimos el link para que completen el formulario.

4.3. Limitación practica

Dentro de las limitaciones prácticas en la presente investigación se considera el poco tiempo con el que contaba para rebabar la información por parte de la aplicación de la encuesta, ya que los trabajadores se encontraban en labores de campo y el tiempo les quedaba corto. Sin embargo, se manejó recordatorios diarios mediante mensajes de WhatsApp y conversaciones con los jefes directos de áreas para contar con el apoyo para que sus equipos puedan completar el formulario.

4.4. Limitación teórica

La escasez de recursos de investigación en la etapa inicial, fue una limitante teórica, sin embargo, se contó con soporte teórico de estudios sociológicos que brindaron información a profundidad aplicados a organizaciones sin fines de lucro.

4.5. Conclusiones

Tomando en cuenta la hipótesis general existe una relación muy fuerte entre las variables responsabilidad social y clima organizacional observada en la tabla 15 con un coeficiente de 0,783 y significativa (P valor menor que 0,05).

Se determinó que para los trabajadores de la Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú existe una relación fuerte entre las dimensiones económicas y satisfacción, con un coeficiente de 0,531 y significativa (P valor menor que 0,05).

Se comprobó que para los trabajadores de la Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú existe una relación moderada con un coeficiente de 0,472 y significativa (P valor menor que 0,05) entre las dimensiones social y comunicación.

REFERENCIAS

- Andrea, K. y. (15 de Noviembre de 2019).
<https://kyaequipo5itlp.blogspot.com/2019/11/determinacion-del-tamano-de-la-muestra.html>. Obtenido de <https://kyaequipo5itlp.blogspot.com/2019/11/determinacion-del-tamano-de-la-muestra.html>:
<https://kyaequipo5itlp.blogspot.com/2019/11/determinacion-del-tamano-de-la-muestra.html>
- AntonioWRS. (20 de Mayo de 2014). *SCRIBD*. Obtenido de SCRIBD:
<https://es.scribd.com/doc/225279114/Alfa-de-Cronbach-ppt>
- Carrasco, S. (2009). Metodología de la investigación científica. En *Metodología de la investigación científica* (pág. 237). Lima: San Marcos.
- Celina Oviedo, H., & Campo-Arias, A. (2005). *Metodología de investigación y lectura crítica de estudios. Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach*. Colombia: Revista Colombiana de Psiquiatría. Vol. XXXIV.
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional La dinámica del éxito en las organizaciones 2° edición*. México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- Flores Tapia, C., & Flores Cevallos, K. (2021). PRUEBAS PARA COMPROBAR LA NORMALIDAD DE DATOS EN PROCESOS PRODUCTIVOS: ANDERSON-DARLING, RYAN-JOINER SHAPIRO-WILK Y KOLMOGÓROV-SMIRNOV. *SOCIETAS - Revista de Ciencias Sociales y Humanistas*, 90-92.

-
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- Lacave Rodero, C., Molina Díaz, A., Fernández Guerrero, M., & Redondo Duque, M. (2015). *Análisis de la fiabilidad y validez de un cuestionario docente*. Andorra La Vella.
- Montañez Moya, G. S., & Gutiérrez Olvera, S. (2015). *La Responsabilidad Social Empresarial desde el enfoque de los grupos de interés*. Mixico: Centro de estudios e investigaciones para el desarrollo docente. Cenid AC.
- Questionpro. (2023). <https://www.questionpro.com/es/tama%C3%B1o-de-la-muestra.html>.
Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/tama%C3%B1o-de-la-muestra.html>:
<https://www.questionpro.com/es/tama%C3%B1o-de-la-muestra.html>
- Quezada Lucio, N. (2017). *Estadística con SPSS 24*. Lima, Perú: Empresa Editorial Macro EIRL.
- Roy-García, I., Rivas-Ruiz, R., Pérez-Rodríguez, M., & Palacios-Cruz, L. (2019). Correlación: no toda correlación implica causalidad. *RAM - Revista Alergia Mexico*, 360.
- Sierra. (1999). Interpretacion de los indices de correlación.

Anexos

Tabla 22: Matriz de consistencia variable responsabilidad social.

MATRIZ DE CONSISTENCIA						
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLES	DIMENSIONES	DISEÑO METODOLÓGICO	POBLACIÓN Y MUESTRA
¿Cómo influye la Responsabilidad Social en el Clima Organizacional de los trabajadores de La Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre, 2022?	Determinar cómo influye la Responsabilidad Social en el Clima Organizacional en los trabajadores de La Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre, 2022.	Existe una relación positiva entre la responsabilidad social y el clima organizacional de los trabajadores de La Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre, 2022.	Responsabilidad Social: Montañez Moya, et al, (2015) menciona que: la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como un recurso para lograr obtener una ventaja competitiva frente a otras empresas, y no solo ello, sino que además facilita alcanzar la satisfacción de sus grupos de interés, debido a que posee lineamientos enfocados al bienestar y cuidado de diversos actores, así como garantizar el bienestar laboral de ellos. (p. 51).	<p>Dimensión Económica: Incluye cualquier aspecto relacionado con la cadena de aprovisionamiento de las organizaciones, la gestión de los servicios, la personas usuarias y el desarrollo socialmente responsable de la actividad económica. Barroso Tanoira, et al, (2018)</p> <p>Dimensión Social: Se vincula a la interacción de la empresa con la comunidad y la sociedad en general y se aprecia en aspectos como la generación de empleos, beneficios sociales, igualdad de género y educación a la comunidad. Edgardo Andrés Gordillo Moreno (2018)</p> <p>Dimensión Ambiental - Enfatiza el compromiso de la empresa con el cuidado y protección del medio ambiente, lo que se observa en la conservación del entorno, la minimización de impactos desfavorable, así como la elaboración de productos medioambientales responsables. Franco Concha, Pedro (2007)</p>	Es una investigación de diseño no experimental de tipo transversal, ya que su propósito es describir las variables y su interrelación, dejando de lado algún tipo de manipulación y que afecte el resultado, y así analizar el nivel de influencia que tiene entre ambas variables.	El presente trabajo de investigación cuenta una población de 163 trabajadores de la Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre, conformada por personal directivo, jefatura, administrativo y operativo. La muestra para poblaciones finitas en este caso sería 116 personas

Elaborado: Por los autores

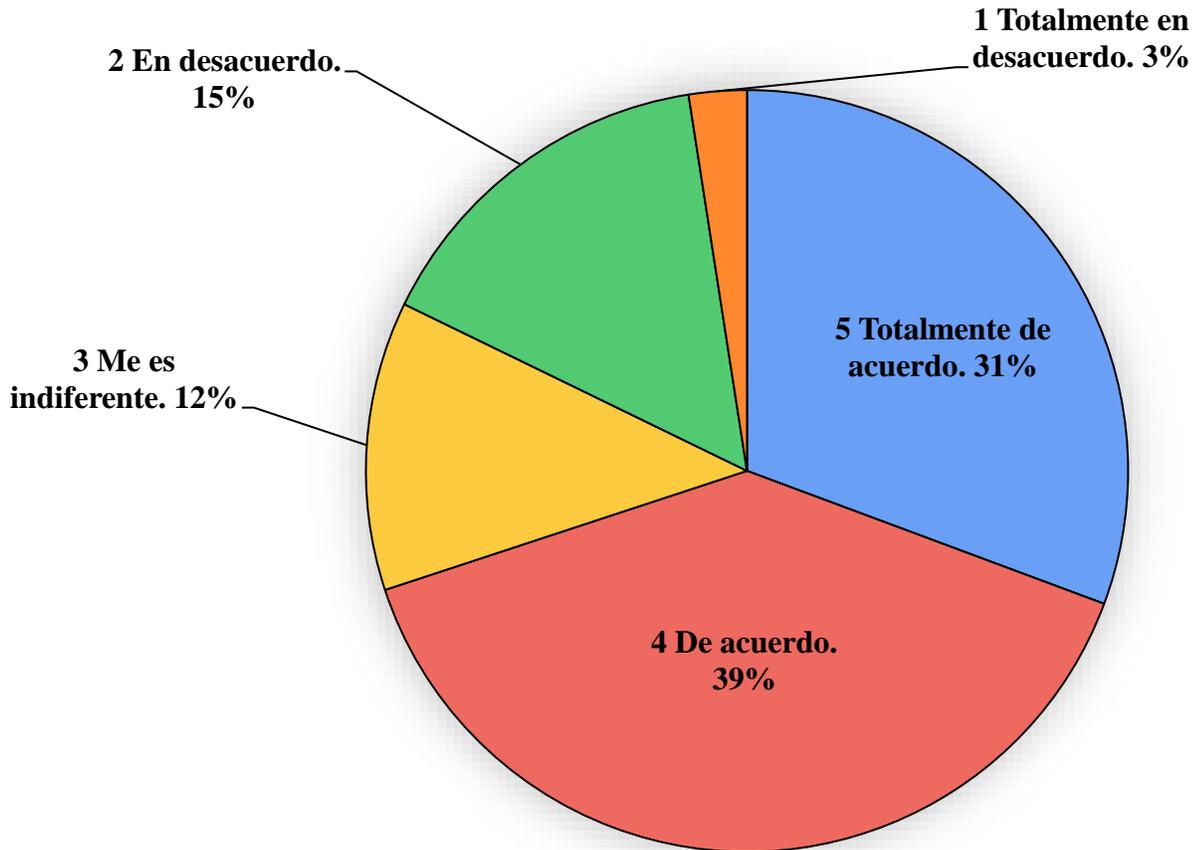
Tabla 23: Matriz de consistencia variable clima organizacional

MATRIZ DE CONSISTENCIA						
PROBLEMA ESPECIFICO	OBJETIVO ESPECÍFICO	HIPOTESIS ESPECÍFICA	VARIABLES	DIMENSIONES	DISEÑO METODOLÓGICO	POBLACIÓN Y MUESTRA
¿Qué influencia existe entre la Responsabilidad Social y el Clima Organizacional en los trabajadores de La Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre, 2022?	Determinar la relación que existe entre las Dimensión Económica y la Dimensión Satisfacción de los trabajadores de La Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre, 2022.	Existe una relación positiva entre la dimensión económica y la dimensión satisfacción de los trabajadores de La Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre, 2022.	Clima Organizacional: Según Chiavenato, (2009) menciona que: El clima organizacional es la calidad o la suma de características ambientales percibidas o experimentadas por los miembros de la organización, e influye poderosamente en su comportamiento. Se refiere a las propiedades motivacionales del ambiente de la organización, es decir, a aquellos aspectos de la organización que provocan distintas clases de motivación en sus miembros. (p. 261)	Dimensión Liderazgo: La palabra liderazgo define a una influencia que se ejerce sobre las personas y que permite incentivarlas para que trabajen en forma entusiasta por un objetivo común. Julián Pérez Porto (Publicado: 2008. Actualizado: 2021.)	Es una investigación de diseño no experimental de tipo transversal, ya que su propósito es describir las variables y su interrelación, dejando de lado algún tipo de manipulación y que afecte el resultado, y así analizar el nivel de influencia que tiene entre ambas variables.	El presente trabajo de investigación cuenta una población de 163 trabajadores de la Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre, conformada por personal directivo, jefatura, administrativo y operativo. La muestra para poblaciones finitas en este caso sería 116 personas
				Dimensión Satisfacción: La satisfacción laboral está relacionada con las actitudes y experiencias positivas vividas dentro del ámbito laboral, esto puede estar relacionado con las relaciones que tenga con compañeros de trabajo, salario, el puesto de trabajo y la seguridad en el empleo, siendo determinantes para que el empleado se sienta cómodo y satisfecha en la actividad que realiza. Sánchez (2011).		
				Dimensión Comunicación: Si en una organización desarrolla una cultura de comunicación sólida, dinámica y asumida por todo el personal, el clima organizacional que se perciba será mucho más enriquecedor, abierto y preparado a los cambios. Ángeles, et al, (2014)		
¿Qué dimensiones de la Responsabilidad Social se relacionan con el Clima Organizacional de los trabajadores de La Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre, 2022?	Determinar la relación que existe entre la Dimensión Social y la Dimensión Comunicación entre los trabajadores de La Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre, 2022.	Existe una relación positiva entre la dimensión social y la dimensión comunicación de los trabajadores de La Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre, 2022.		Dimensión Reconocimiento: Reconocimiento e incentivo, concierne a elogiar la labor meritoria efectuada por el colaborador, por medio de palabras de agradecimiento, carta de felicitaciones, propuesta de ascenso, premios pecuniarios, regalos, viajes, periodo de descanso, entre otros incentivos que animen al empleado a continuar realizando su trabajo con notable esmero. Palomino meza, et al, (2018).		
¿Qué dimensiones de la Responsabilidad Social y el de Clima Organizacional se desarrollan en La Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre, 2022?	Determinar la relación que existe entre la Dimensión Ambiental y la Dimensión Reconocimiento de los trabajadores de La Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre, 2022.	Existe una relación positiva entre la dimensión ambiental y la dimensión reconocimiento de los trabajadores de La Asociación Cristiana de Jóvenes del Perú (YMCA Perú) sede Pueblo Libre, 2022.				

Elaborado: Por los autores

Figura 10: DIMENSIÓN ECONÓMICA

¿Su organización cumple con sus obligaciones fiscales como impuestos y otros tributos?

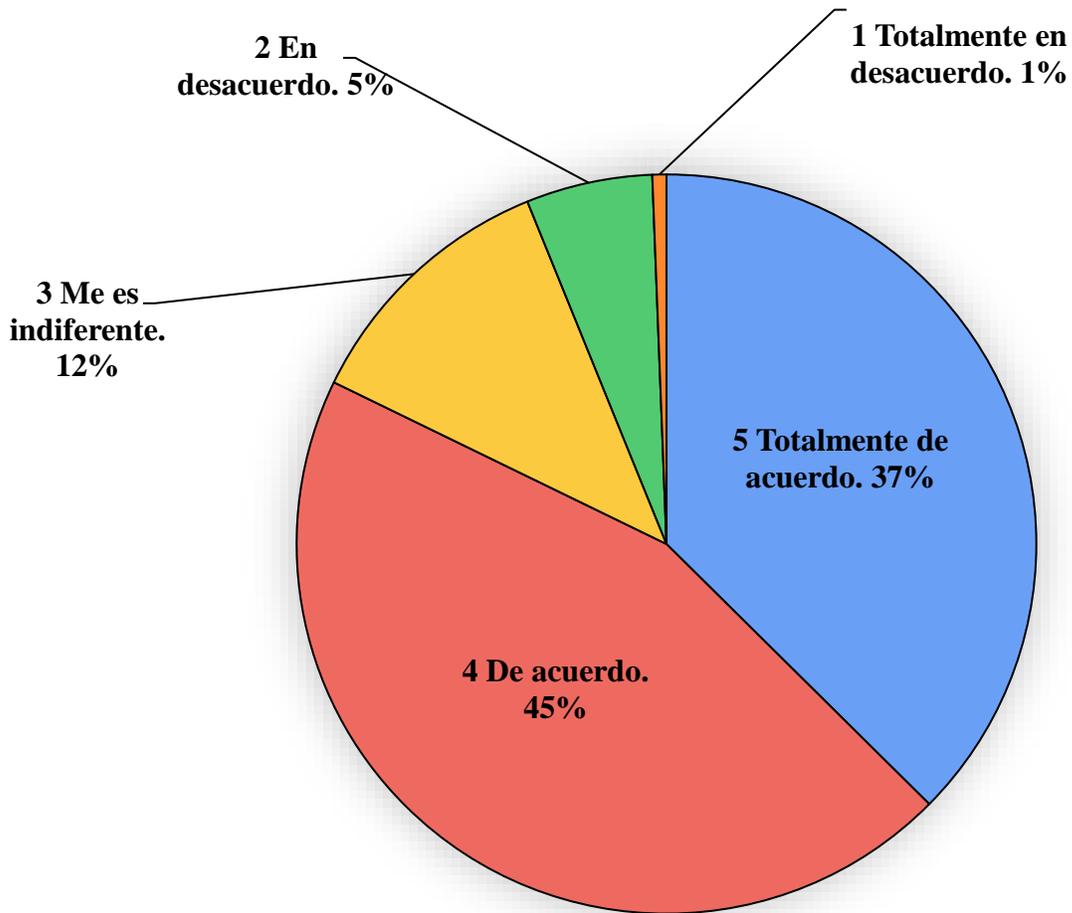


Elaborado: Por los autores

El 70% (Top Two Box) de los participantes de la muestra (Totalmente de acuerdo 31% + De acuerdo 39%), considera que la organización cumple de manera responsable con sus obligaciones fiscales como impuestos y tributos.

Figura 11: DIMENSIÓN ECONÓMICA

¿Su organización se preocupa por ofrecer servicios de calidad?

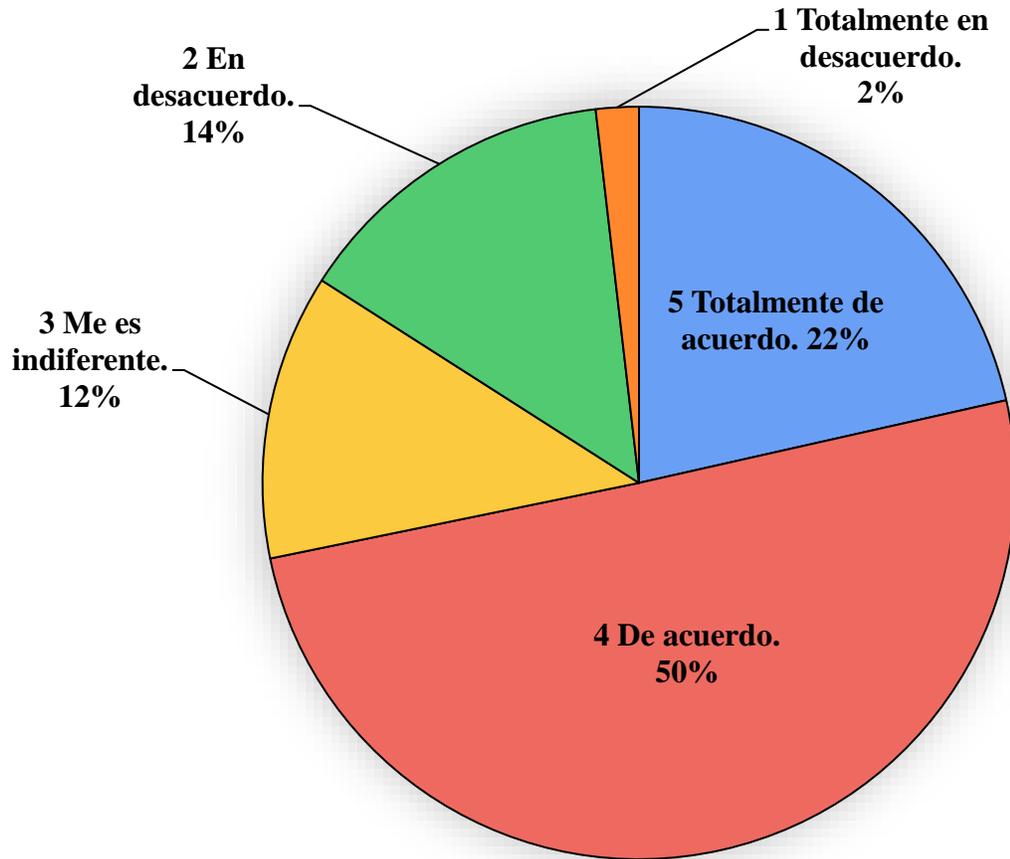


Elaborado: Por los autores

El 82% (Top Two Box) de los participantes de la muestra (Totalmente de acuerdo 37% + De acuerdo 45%), considera que la organización se preocupa por ofrecer servicios de calidad.

Figura 12: DIMENSIÓN ECONÓMICA

¿Su organización utiliza mecanismos para medir y evaluar la rentabilidad, liquidez, productividad y otros indicadores económicos financieros?

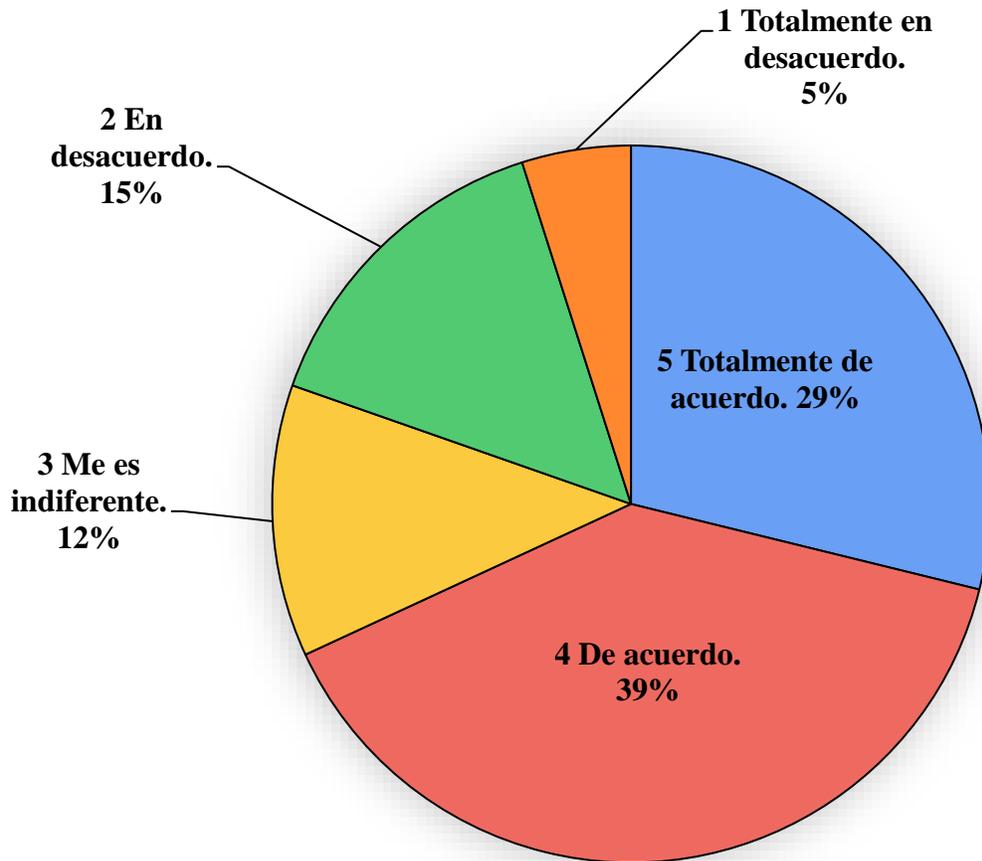


Elaborado: Por los autores

El 72% (Top Two Box) de los participantes de la muestra (Totalmente de acuerdo 22% + De acuerdo 50%), considera que la organización emplea mecanismos para la medición y evaluación de la rentabilidad, liquidez, productividad y otros indicadores económicos.

Figura 13: DIMENSIÓN SOCIAL

¿Su organización cumple las leyes y regulaciones establecidas en materia social, medioambiental y laboral?

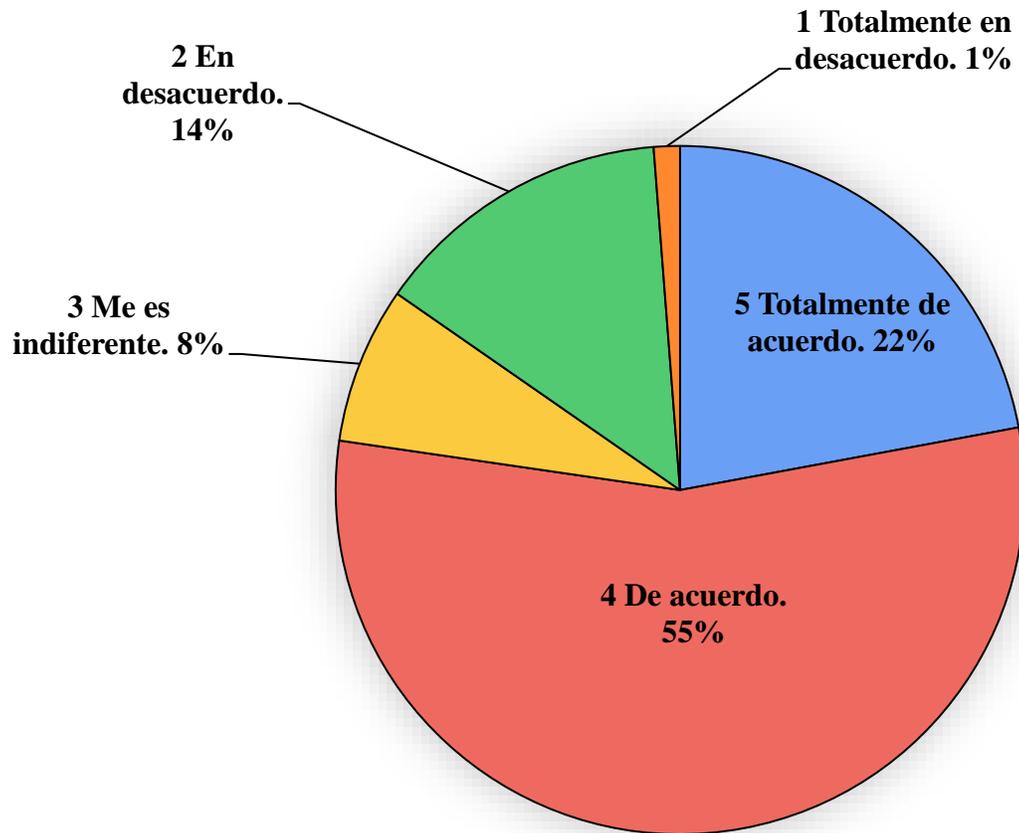


Elaborado: Por los autores

El 68% (Top Two Box) de los participantes de la muestra (Totalmente de acuerdo 29% + De acuerdo 39%), considera que la organización cumple con las regulaciones legales relacionadas a materia social, medioambiental y laboral, cumpliendo así su compromiso con la sociedad (trabajadores, beneficiarios y usuarios) y el medioambiente.

Figura 14: DIMENSIÓN SOCIAL

¿Su organización promueve la educación y el respeto a las diferencias sociales, raciales, religiosas y por identidad de género?

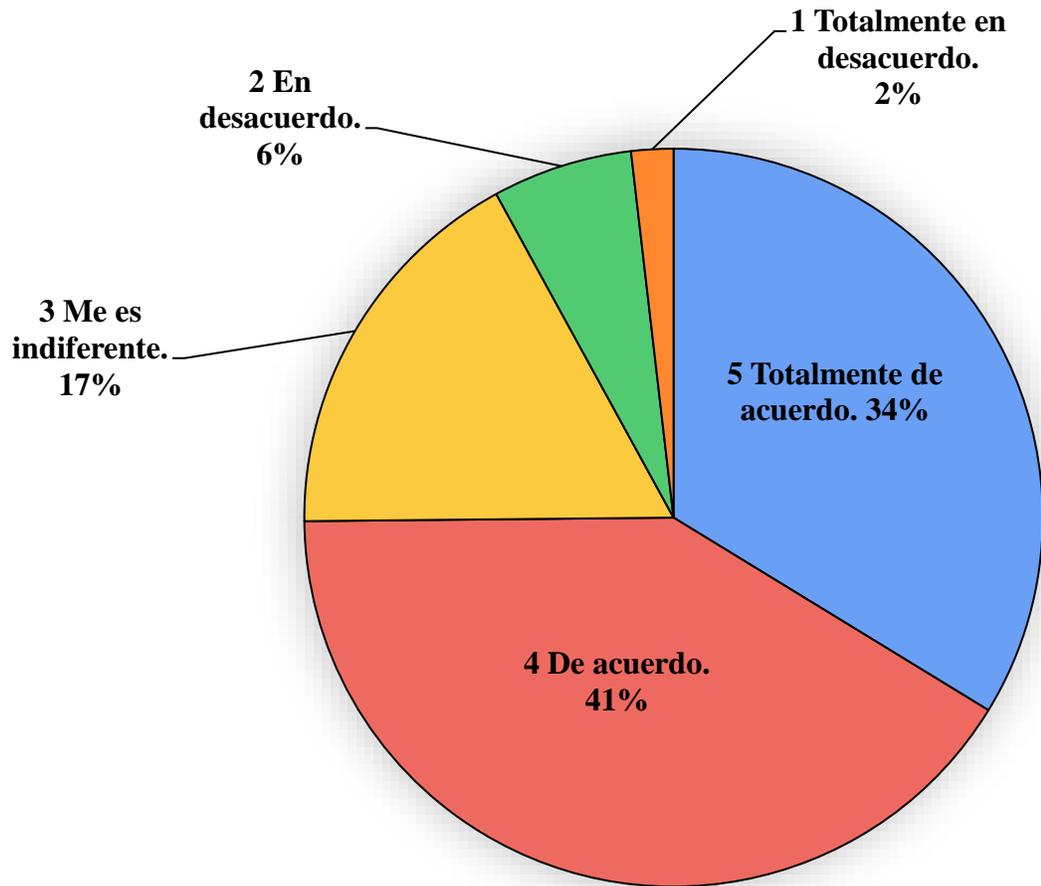


Elaborado: Por los autores

El 77% (Top Two Box) de los participantes de la muestra (Totalmente de acuerdo 22% + De acuerdo 55%), considera que la organización promueve la educación y respeto a las diferencias sociales, raciales, religiosas y por identidad de género.

Figura 15: DIMENSIÓN SOCIAL

¿En su organización garantiza la salud y la seguridad de los trabajadores de acuerdo con lo establecido?

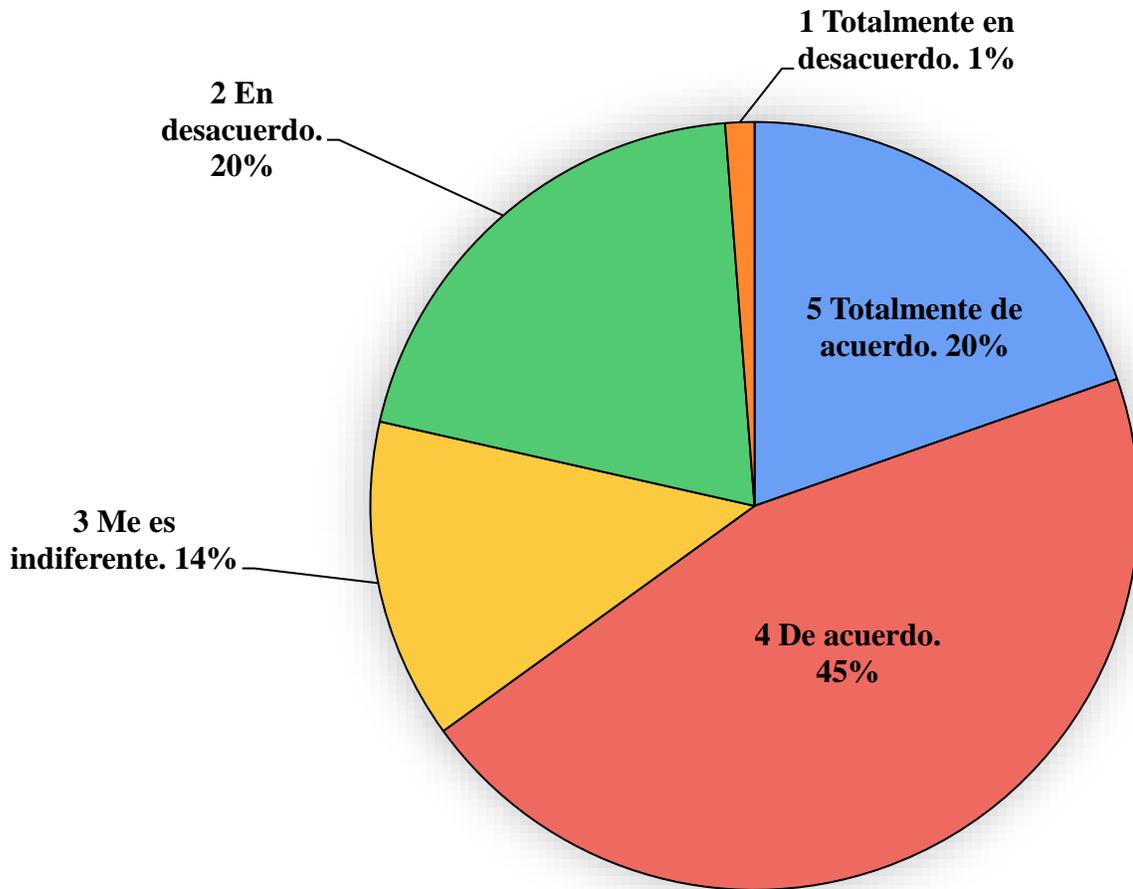


Elaborado: Por los autores

El 75% (Top Two Box) de los participantes de la muestra (Totalmente de acuerdo 34% + De acuerdo 41%), considera que la organización cumple con garantizar la salud y seguridad de los trabajadores, esto en cumplimiento de las regulaciones legales vigentes.

Figura 16: DIMENSIÓN AMBIENTAL

¿En su organización se ejecutan acciones para el manejo óptimo y reducción del consumo de energía y ahorro de agua?

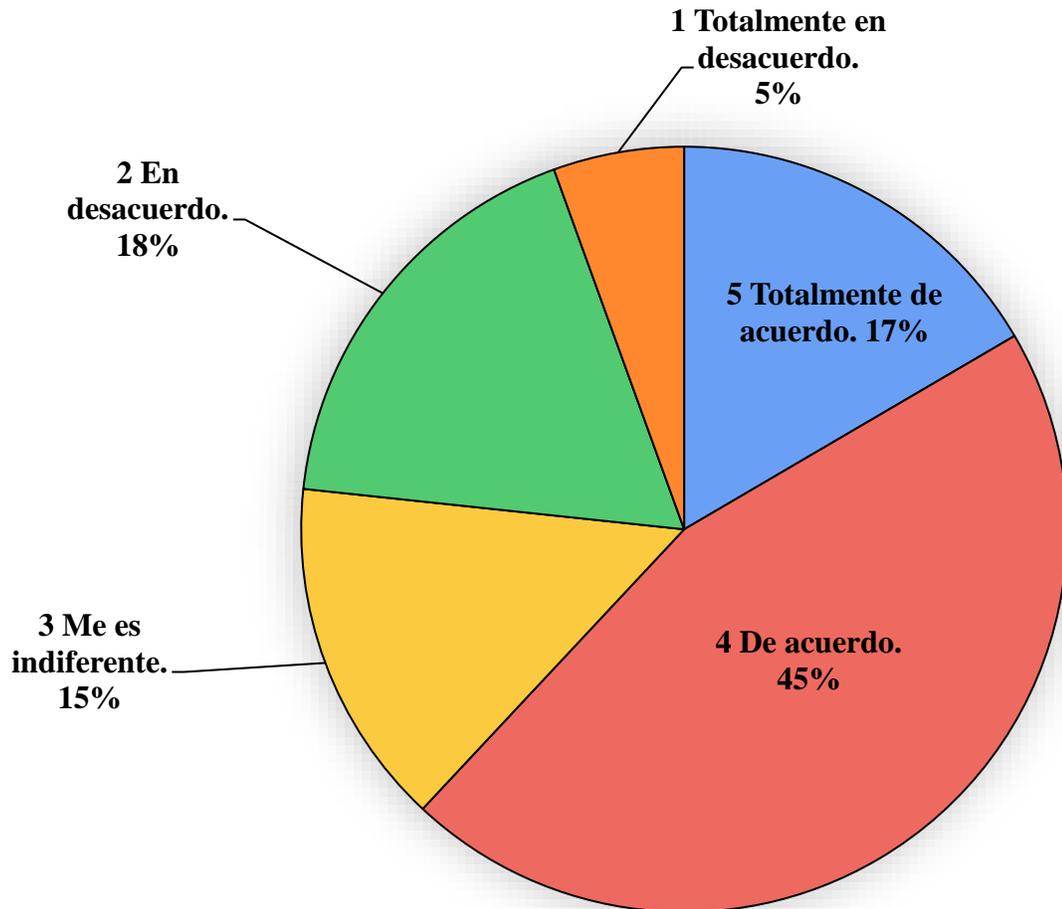


Elaborado: Por los autores

El 65% (Top Two Box) de los participantes de la muestra (Totalmente de acuerdo 20% + De acuerdo 45%), considera que la organización demuestra un compromiso favorable con el medio ambiente, ejecutando un manejo óptimo y reducción del consumo de energía y ahorro de agua.

Figura 17: DIMENSIÓN AMBIENTAL

¿En su organización informan a las partes interesadas sobre el cuidado del medio ambiente?

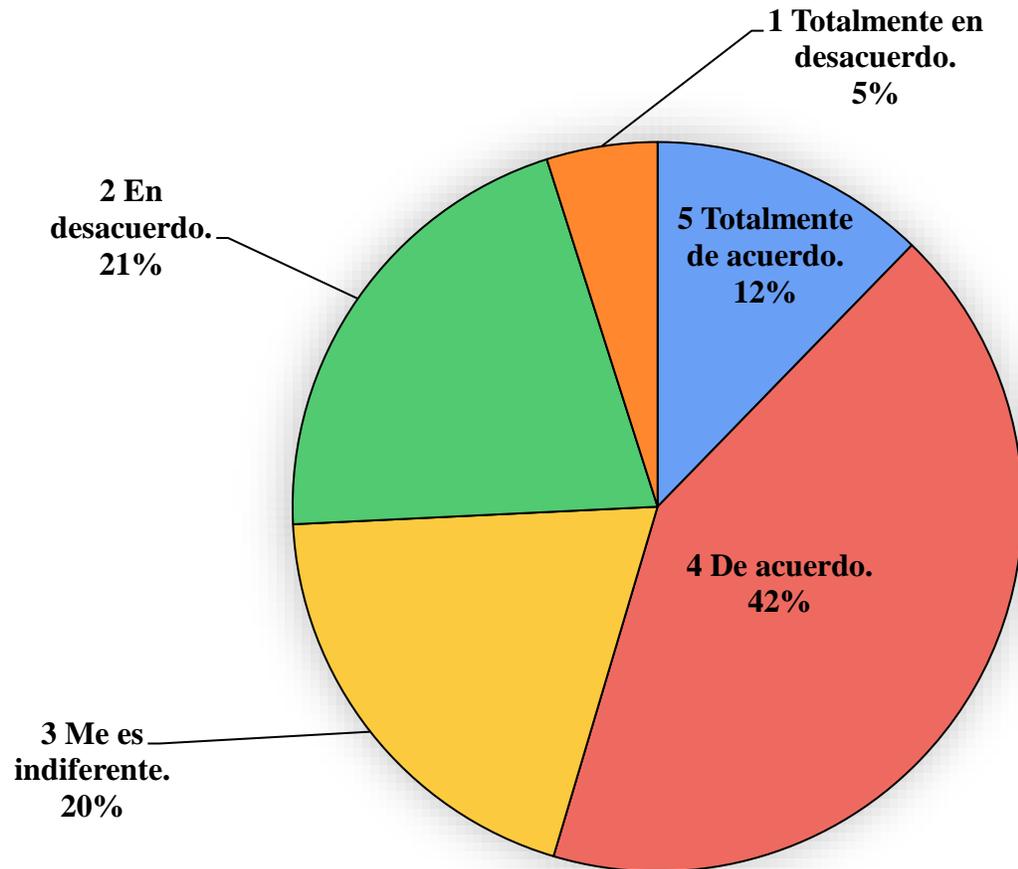


Elaborado: Por los autores

El 62% (Top Two Box) de los participantes de la muestra (Totalmente de acuerdo 17% + De acuerdo 45%), considera que la organización mantiene informados a todos sus grupos de interés respecto del cuidado del medio ambiente y la importancia de ello.

Figura 18: DIMENSIÓN AMBIENTAL

¿En su organización se da preferencia al uso de productos y servicios de proveedores que demuestren compromiso con el medio ambiente?

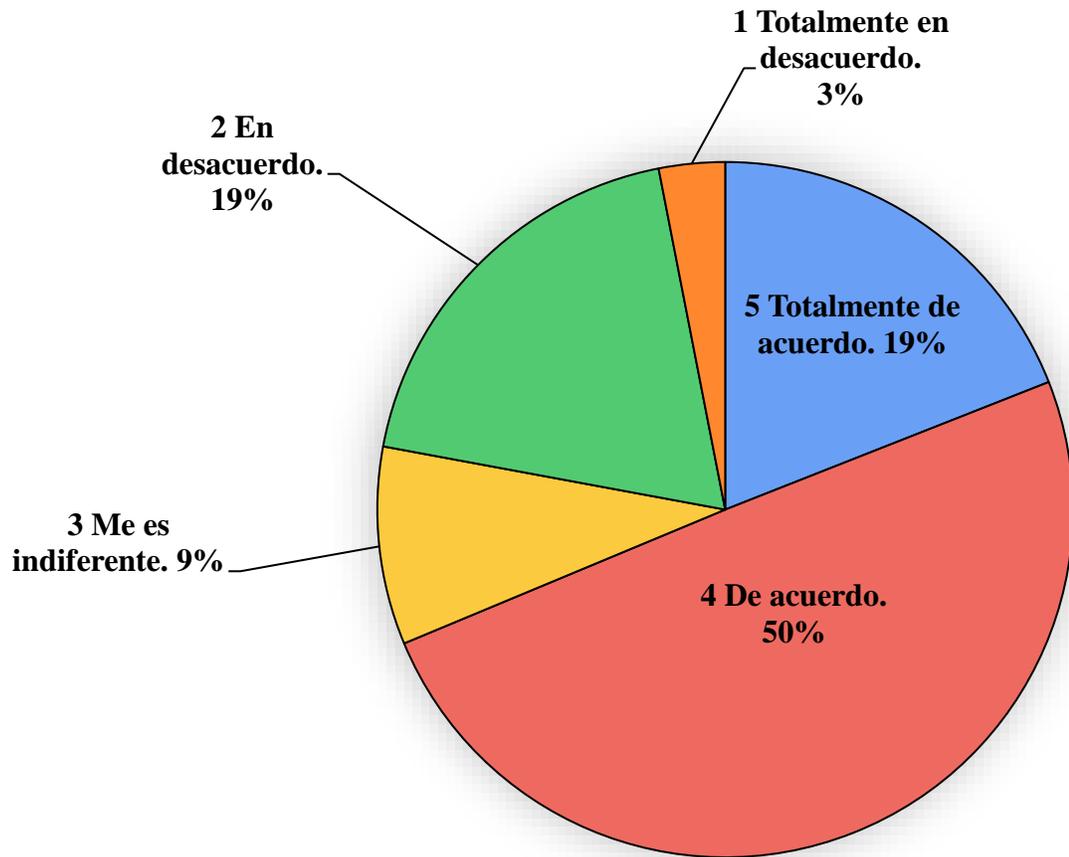


Elaborado: Por los autores

El 54% (Top Two Box) de los participantes de la muestra (Totalmente de acuerdo 12% + De acuerdo 42%), considera que la organización se preocupa por contratar servicios y adquiere productos con proveedores que demuestren un compromiso con el medio ambiente.

Figura 19: DIMENSIÓN LIDERAZGO

¿En su organización, los jefes y/o superiores, escuchan al trabajador y dan oportunidad de aportar con ideas, para una mayor mejora?

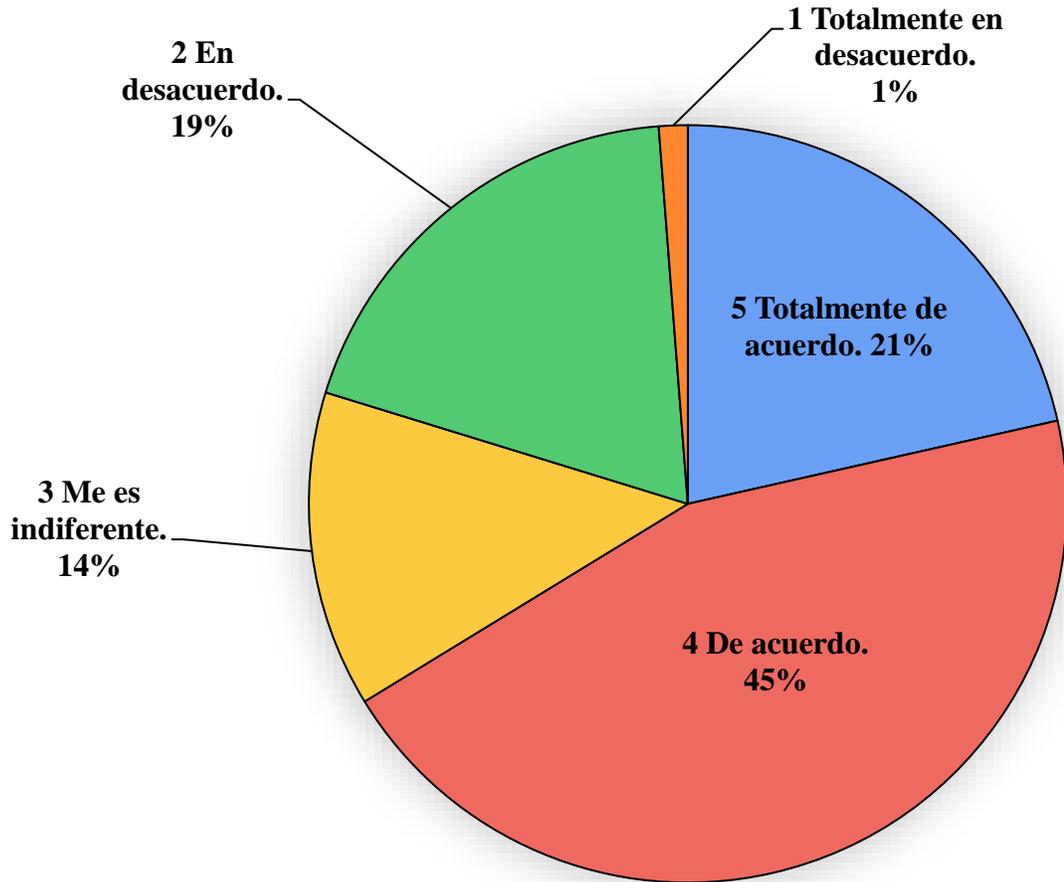


Elaborado: Por los autores

El 69% (Top Two Box) de los participantes de la muestra (Totalmente de acuerdo 19% + De acuerdo 50%), considera que en la organización si escucha y reciben aportes de los trabajadores, para con ello lograr mejoras.

Figura 20: DIMENSIÓN LIDERAZGO

¿En su organización, los jefes y/o superiores, muestran una buena habilidad de liderazgo eficaz con el equipo de trabajo?

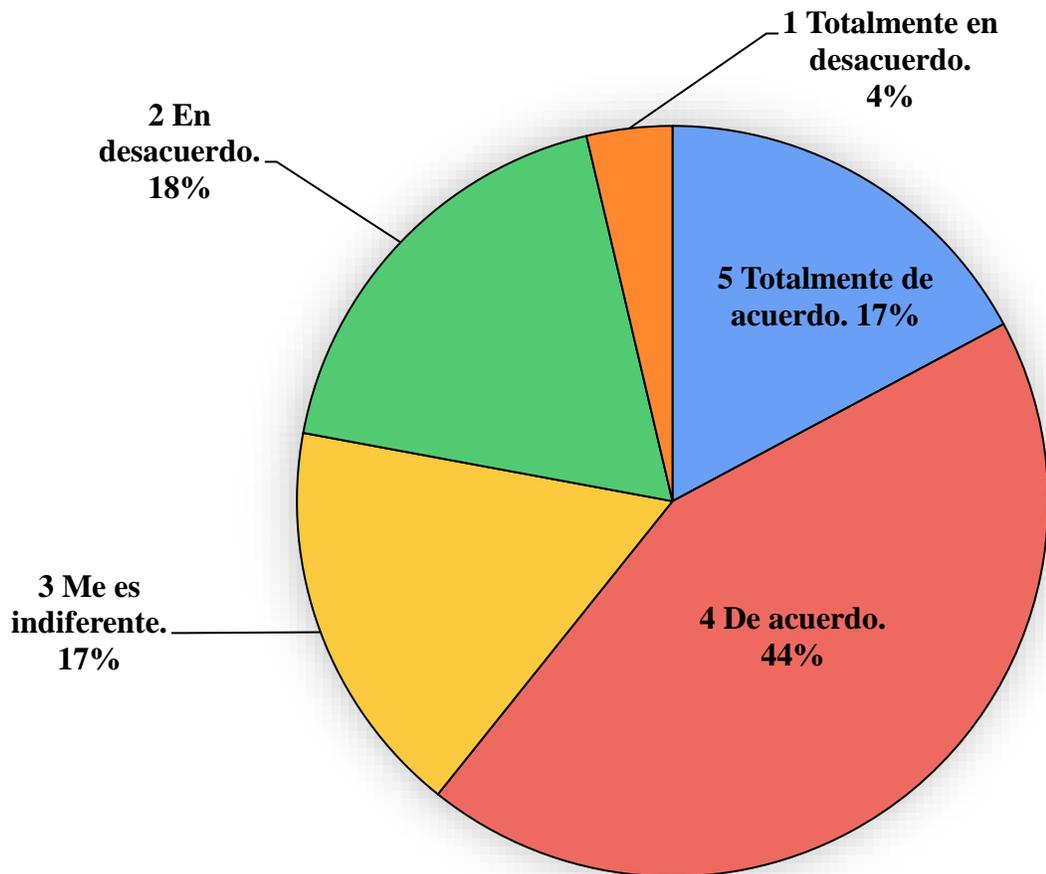


Elaborado: Por los autores

El 66% (Top Two Box) de los participantes de la muestra (Totalmente de acuerdo 21% + De acuerdo 45%), considera que en la organización se demuestra un buen liderazgo por parte de los líderes de la organización.

Figura 21: DIMENSIÓN LIDERAZGO

¿En su organización, los jefes y/o superiores, orientan y retroalimentan para que el trabajador realice eficientemente sus funciones?

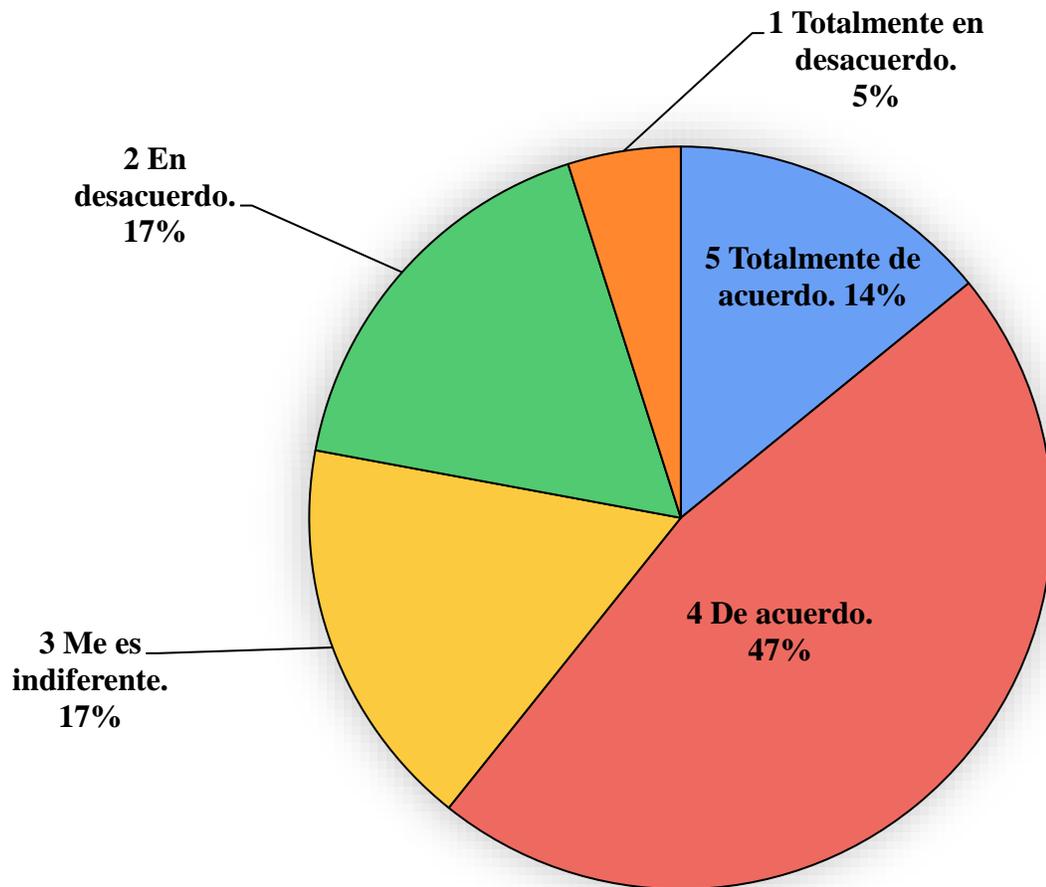


Elaborado: Por los autores

El 61% (Top Two Box) de los participantes de la muestra muestra (Totalmente de acuerdo 17% + De acuerdo 44%), considera que los jefes o superiores dentro de la organización brindan orientación y retroalimentación a los trabajadores de sus equipos para el desarrollo eficiente de sus funciones.

Figura 22: DIMENSIÓN SATISFACCIÓN

¿En su organización, se preocupan por hacer sentir satisfecho al trabajador a la hora de cumplir, las funciones, las metas y sus objetivos?

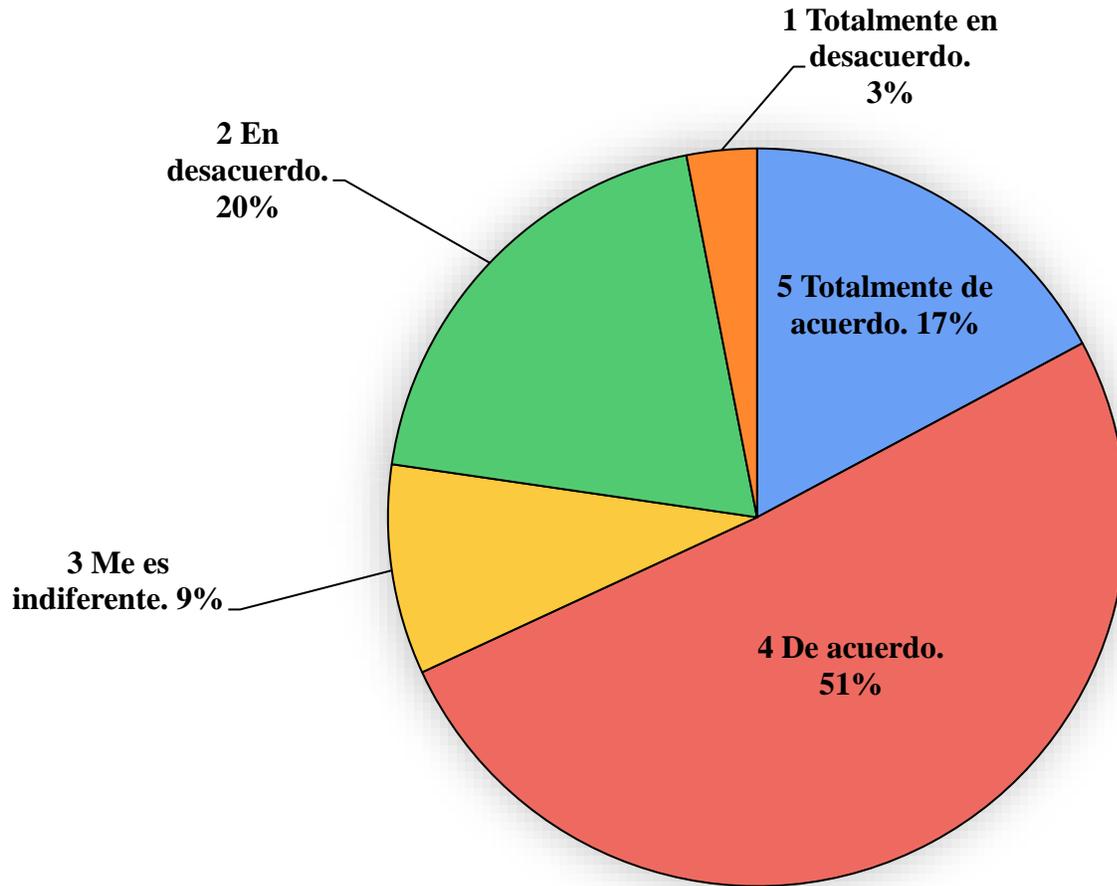


Elaborado: Por los autores

El 61% (Top Two Box) de los participantes de la muestra (Totalmente de acuerdo 14% + De acuerdo 47%), considera que en la organización hay preocupación por los trabajadores respecto al cumplimiento de sus funciones y logro de objetivos y metas.

Figura 23: DIMENSIÓN SATISFACCIÓN

¿En la organización, se preocupan por la motivación del personal?

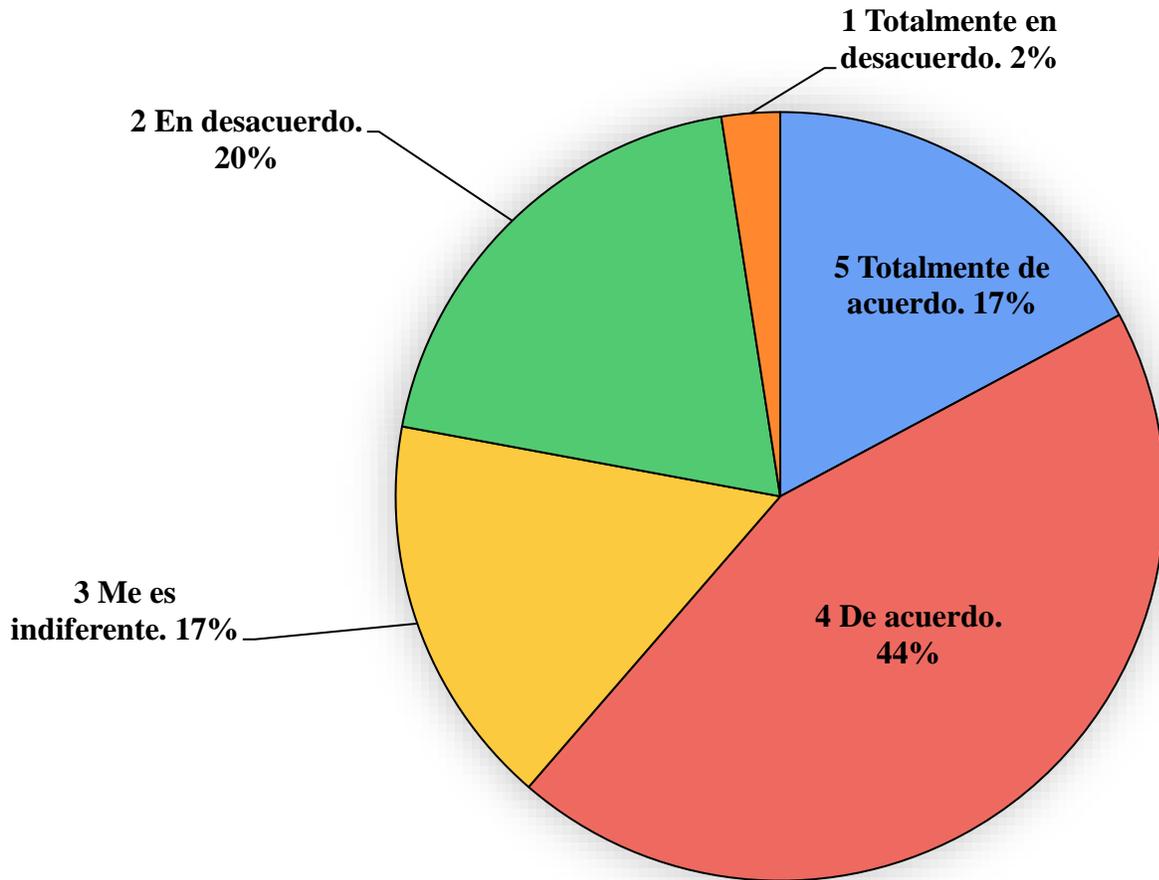


Elaborado: Por los autores

El 68% (Top Two Box) de los participantes de la muestra (Totalmente de acuerdo 17% + De acuerdo 51%), considera que la organización hay gran interés y preocupación por motivar a su personal.

Figura 24: DIMENSIÓN SATISFACCIÓN

¿En la organización, consideran al personal que se lo amerita, para futuros asensos?

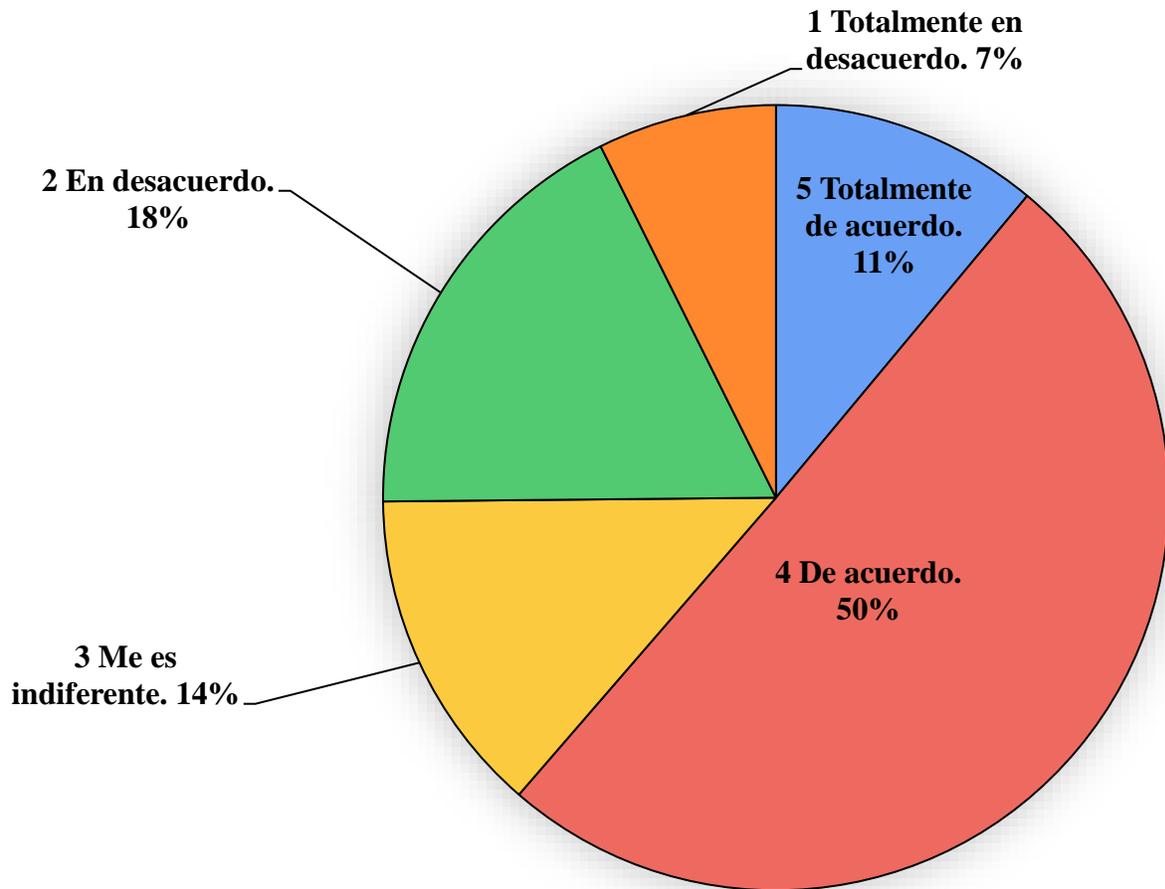


Elaborado: Por los autores

El 61% (Top Two Box) de los participantes de la muestra (Totalmente de acuerdo 17% + De acuerdo 44%), considera que en la organización se aplica la meritocracia en el personal para futuros puestos.

Figura 25: DIMENSIÓN COMUNICACIÓN

¿En su organización, se promueve la comunicación fluida entre las áreas?

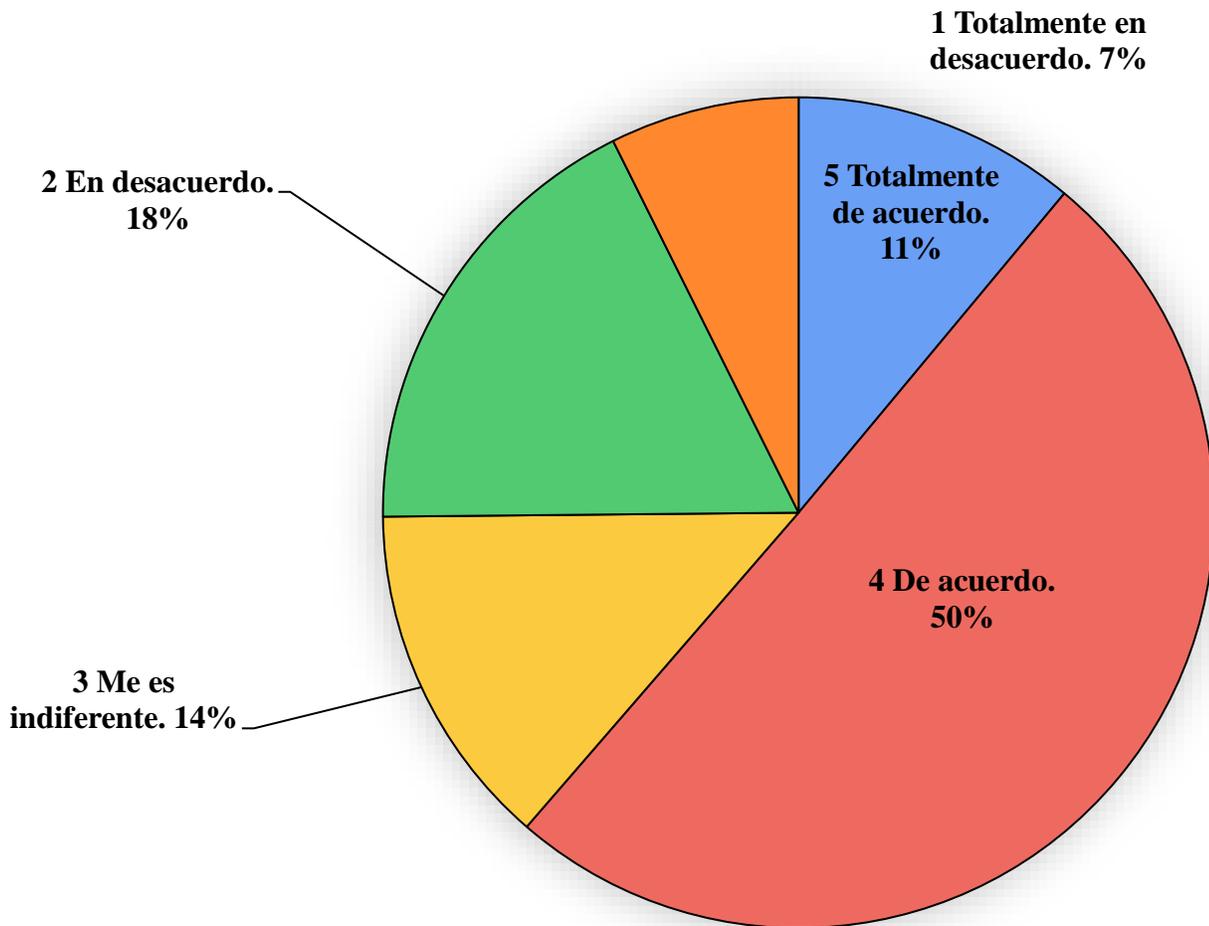


Elaborado: Por los autores

El 61% (Top Two Box) de los participantes de la muestra (Totalmente de acuerdo 11% + De acuerdo 50%), considera que la organización promueve entre las distintas áreas de trabajo una comunicación fluida.

Figura 26: DIMENSIÓN COMUNICACIÓN

¿En su organización, se promueve la comunicación fluida entre las áreas?

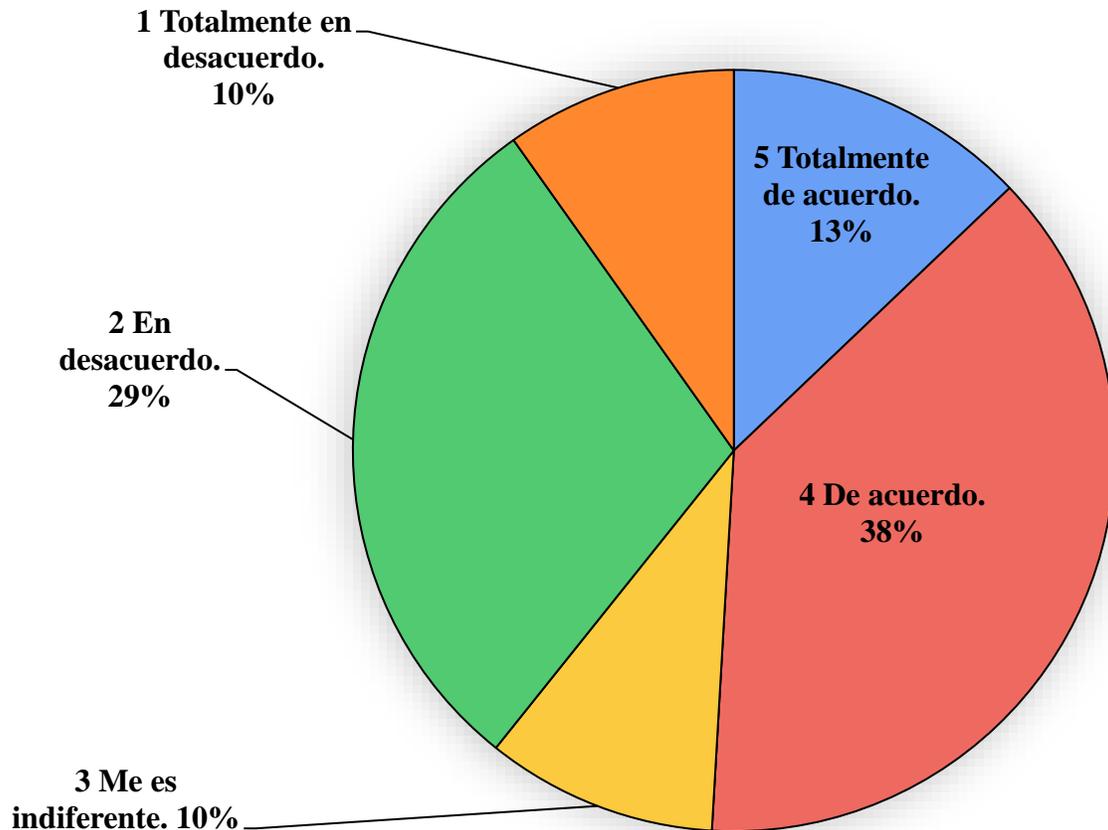


Elaborado: Por los autores

El 61% (Top Two Box) de los participantes de la muestra (Totalmente de acuerdo 5% + De acuerdo 50%), considera que la organización promueve entre las distintas áreas de trabajo una comunicación fluida.

Figura 27: DIMENSIÓN COMUNICACIÓN

¿En su organización, promueven la comunicación abiertamente, entre jefes y/o superiores y brindan la atención adecuada?

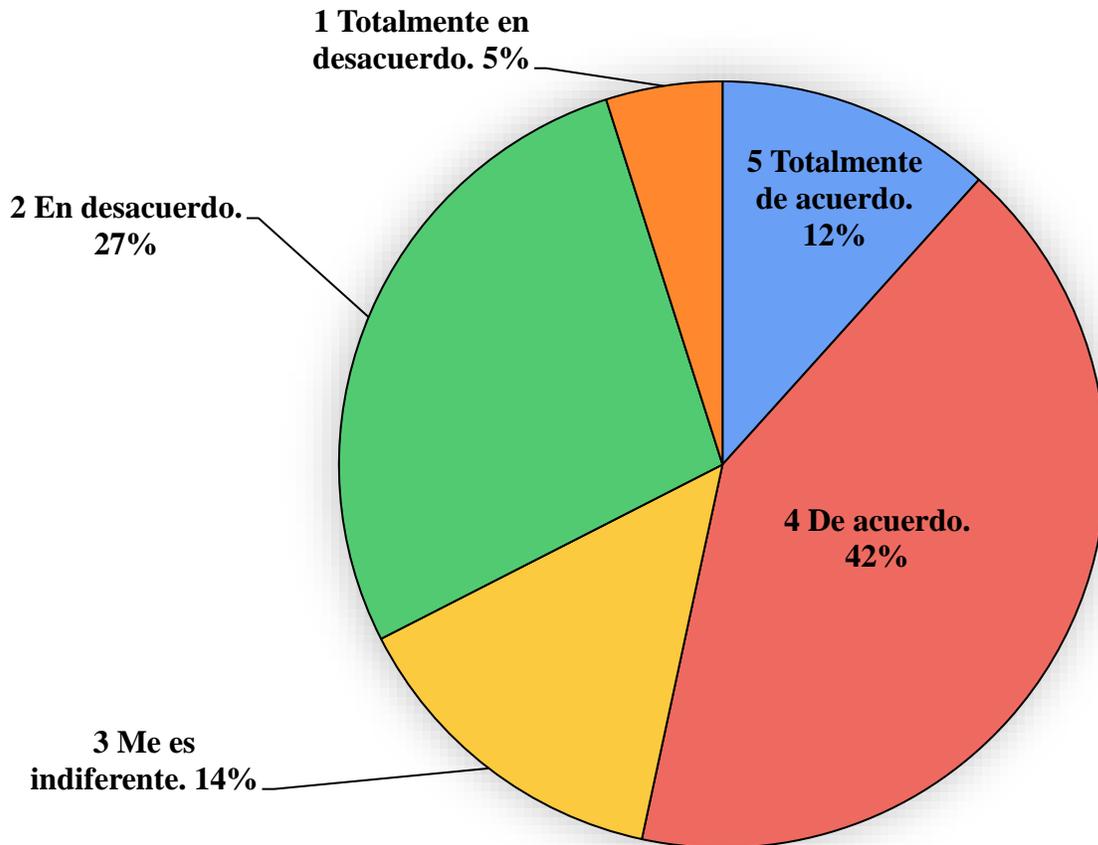


Elaborado: Por los autores

El 51% (Top Two Box) de los participantes de la muestra (Totalmente de acuerdo 13% + De acuerdo 38%), considera que en la organización se promueve una comunicación abierta entre las jefaturas y subordinados, así como también de brindar una adecuada atención.

Figura 28: DIMENSIÓN COMUNICACIÓN

¿En la organización, utilizan un lenguaje entendible para comunicar temas importantes que afecte positivamente al equipo de trabajo?

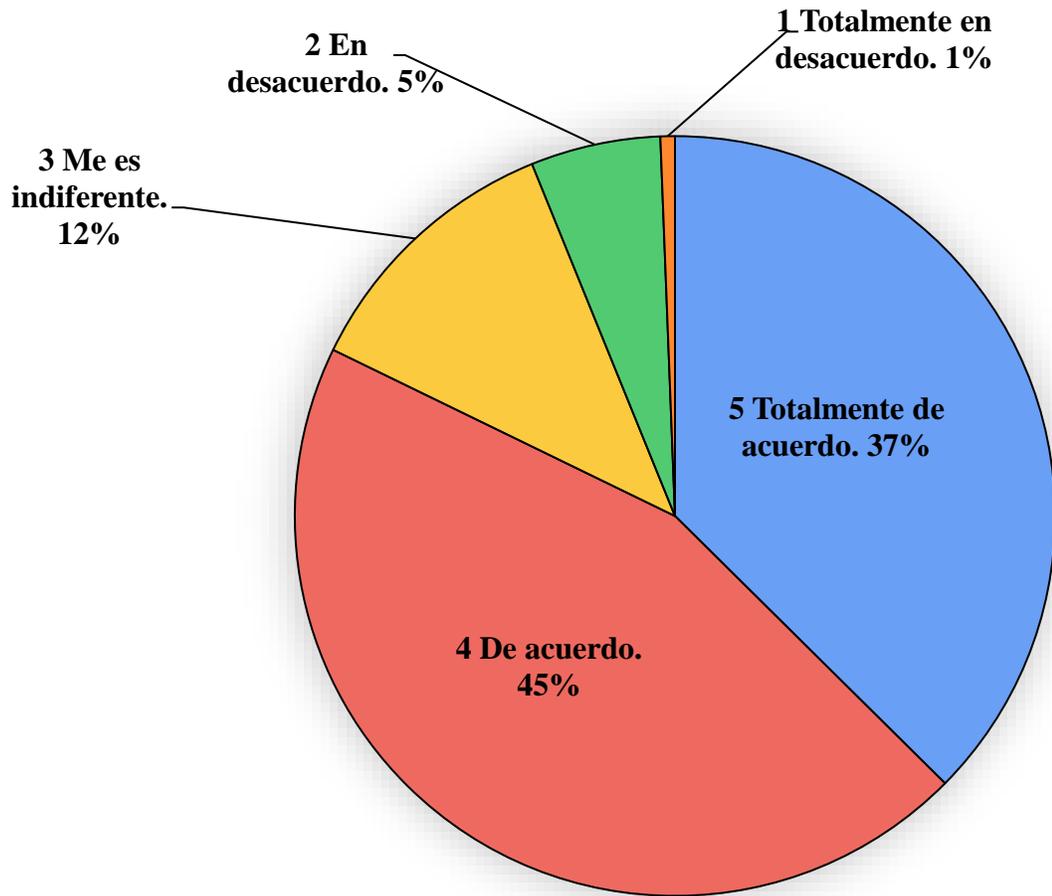


Elaborado: Por los autores

El 54% (Top Two Box) de los participantes de la muestra (Totalmente de acuerdo 12% + De acuerdo 42%), considera que en la organización se utiliza un lenguaje entendible – claro para comunicar temas de importancia a sus equipos de trabajo con lo cual estos son afectados positivamente.

Figura 29: DIMENSIÓN RECONOCIMIENTO

¿En su organización, consideran los incentivos al personal que realmente se lo merece?

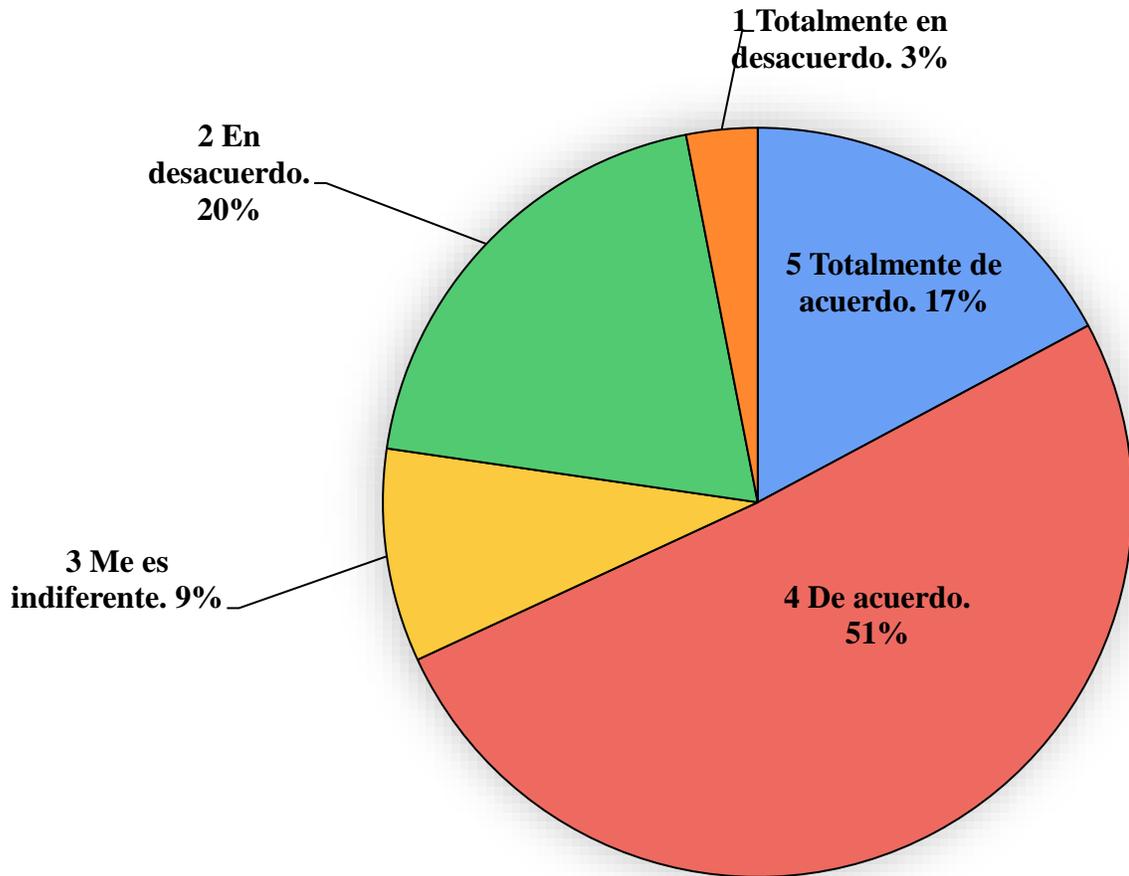


Elaborado: Por los autores

El 82% (Top Two Box) de los participantes de la muestra (Totalmente de acuerdo 37% + De acuerdo 45%), considera que en la organización se reconoce con incentivos al personal que lo realmente lo merece.

Figura 30: DIMENSIÓN RECONOCIMIENTO

¿En su organización, considera que los jefes y/o superiores reconoce el trabajo del personal que está a cargo?

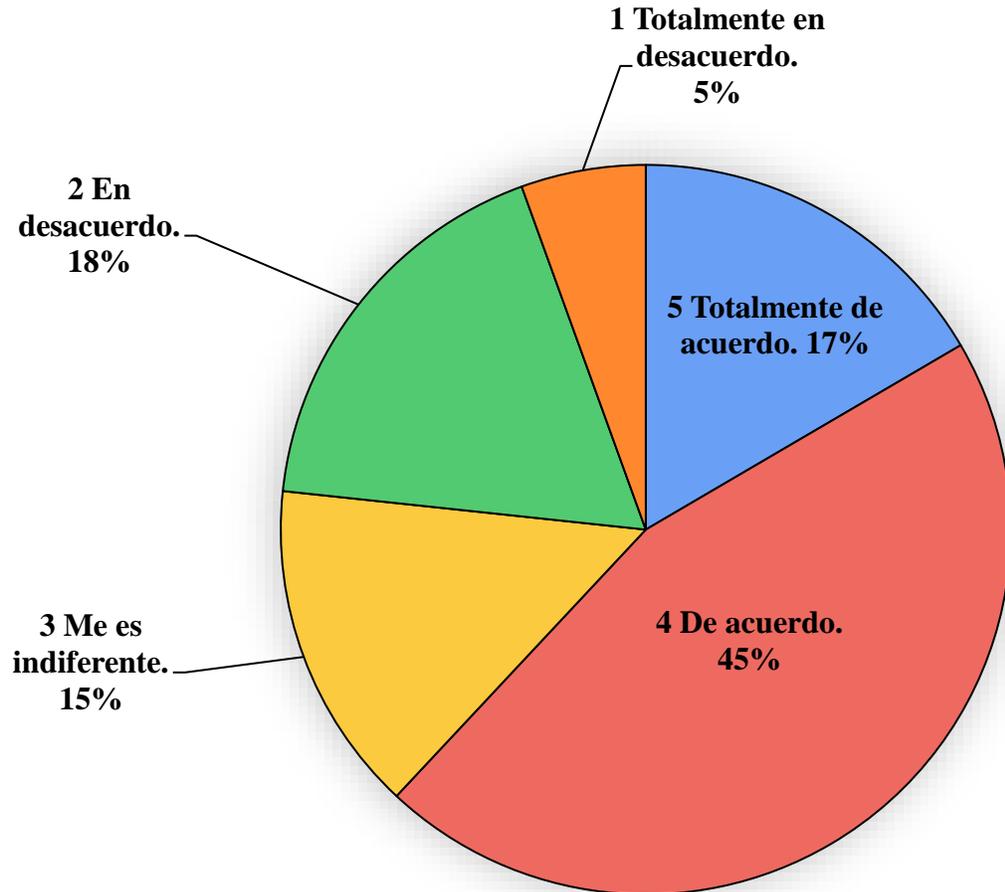


Elaborado: Por los autores

El 68% (Top Two Box) de los participantes de la muestra (Totalmente de acuerdo 17% + De acuerdo 51%), considera que en la organización las jefaturas reconocen el trabajo de su personal a cargo.

Figura 31: DIMENSIÓN RECONOCIMIENTO

¿En la organización, los beneficios que entrega, considera que satisfacen las necesidades básicas del personal?



Elaborado: Por los autores

El 62% (Top Two Box) de los participantes de la muestra (Totalmente de acuerdo 17% + De acuerdo 45%), considera que los beneficios que entrega la organización satisfacen sus necesidades básicas.