



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES

TRABAJO DE GRADO

Presentado para optar al título de:

**LICENCIADO EN RELACIONES INDUSTRIALES
(INDUSTRIÓLOGO)**

EL VOLUNTARIADO CORPORATIVO Y SU IMPACTO EN
EL SENTIDO DE PERTENENCIA Y COMPETENCIAS
LABORALES: FUNDACIÓN SANTA TERESA.

Realizado por:

Estefanía Delgado Savelli.
Douglas Marquina Araque.

Profesor guía:

Evelin Pérez Silva.

RESULTADO DEL EXAMEN:

Este Trabajo de grado ha sido evaluado por el Jurado Examinador y ha obtenido la

Calificación de: Diecinueve (19) puntos.

Nombre: Evelin Pérez Firma: Evelin Pérez

Nombre: Thais Coutinho Firma: Thais Coutinho

Nombre: Ricardo del Valle Fierga Firma: Ricardo del Valle Fierga

Caracas, 1 de Noviembre de 2019.



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO.
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES.
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES.
CARRERA: Relaciones Industriales.

**EL VOLUNTARIADO CORPORATIVO Y SU IMPACTO EN EL SENTIDO DE
PERTENENCIA Y COMPETENCIAS LABORALES: FUNDACIÓN SANTA
TERESA.**

Tesistas:

Estefanía Delgado Savelli.
Douglas Marquina Araque.

Tutor: Evelin Pérez Silva.

Caracas, 1 de Noviembre de 2019.

DEDICATORIA

A Dios por darnos vida, salud y acompañarnos durante todos los días de nuestra vida.

A nuestra familia que nos ha apoyado en cada paso.

A nuestra Tutora Evelin Pérez quien nos ayudó cuando más lo necesitábamos.

A todas las empresas que poseen un compromiso social y ambiental.

*A Gustavo Pérez, padre de Evelin, quien partió al encuentro con Dios durante el
desarrollo de esta investigación.*

Douglas y Estefanía.

AGRADECIMIENTOS

A nuestra querida alma mater, la Universidad Católica Andrés Bello quien nos formó como profesionales con ética, prometemos dejar su nombre en alto.

A nuestra tutora Evelin Pérez, quien nos recibió en repetidas ocasiones en su área laboral y en su hogar, dedicando largas horas de trabajo a nuestra tesis. ¡Eres un gran ejemplo para nosotros!

A nuestra Escuela Ciencias Sociales y su personal, por apoyarnos en el proceso y aclararnos todas las dudas y problemas que fueron surgiendo a lo largo del camino.

Al equipo de Voluntariado y Estrategia por apoyarnos desde España facilitándonos información clave para el desarrollo de la investigación.

A la empresa Ron Santa Teresa por abrirnos las puertas de tan prestigiosa organización. Gracias por seguir apostando por el país, por su sociedad, su ambiente... Son un ejemplo como organización.

Al Sr. Gabriel Álvarez por reunirse en repetidas ocasiones con nosotros, por mostrar interés por nuestra tesis, por darnos toda la información necesaria y por abrirnos las puertas a la organización.

A la Srta. Carina Angulo quien se encargó de proporcionarnos información, ayudarnos y enviar el instrumento a los empleados de la empresa.

¡Gracias por tanto!

Douglas Marquina y Estefanía Delgado.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTOS	ii
INDICE GENERAL	iii
INDICE DE TABLAS Y FIGURAS	v
RESUMEN	vii
INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
Pregunta de la Investigación	14
Objetivo General	15
Objetivos Específicos	15
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	16
Antecedentes de la Investigación	16
Revisión Conceptual	18
Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	18
Voluntariado Corporativo	20
Sentido de Pertenencia	21
Competencias Laborales	24
Desarrollo de Competencias a través del Voluntariado Corporativo	25
CAPÍTULO III. MARCO REFERENCIAL	33
Antecedentes de la Organización	33
Antecedentes de la Fundación Santa Teresa	35
Antecedentes del Proyecto Alcatraz	36
Antecedentes del Rugby Santa Teresa	37
Antecedentes del Proyecto Casas Blancas	38
CAPÍTULO IV. MARCO METODOLÓGICO	39
1. Tipo y Diseño de investigación	39
1.1 Tipo de Investigación	39

1.2 Diseño de Investigación	39
2. Población, Muestra y Unidad de Análisis	39
2.1 Población	39
2.2 Muestra	40
2.3 Muestreo Estratificado	40
2.2.1 Muestra Obtenida	41
2.4 Unidad de Análisis	41
3. Operacionalización de las Variables	43
3.1 Sentido de Pertenencia	43
3.2 Desarrollo de Competencias	44
4. Técnica e Instrumento de Recolección de Datos	45
5. Validez y Confiabilidad del Instrumento de Recolección de Datos	46
5.1 Validez del Instrumento de Recolección de Datos	46
5.2 Confiabilidad del Instrumento de Recolección de Datos	46
6. Limitaciones de la Investigación	47
 CAPÍTULO V: ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	 48
Análisis y Discusión de las Variables Demográficas	48
Análisis y Discusión de Sentido de Pertenencia	58
Análisis y Discusión de Desarrollo de Competencias	71
 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	 88
BIBLIOGRAFIA	91
 ANEXOS	
Anexo A: Instrumento de Recolección de Datos	98
Anexo B: Instrumento de Validación	102
Anexo C: Tablas de Cálculos Sentido de Pertenencia	104
Anexo D: Tablas de Cálculos Desarrollo de Competencias	107

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla 1. Definiciones de Competencias propuestas por Voluntare y otros autores	28
Tabla 2. Población y Muestra esperada	41
Tabla 3. Población y Muestra obtenida	41
Tabla 4. Operacionalización de Sentido de Pertenencia	43
Tabla 5. Operacionalización de Desarrollo de Competencias	44
Tabla 6. Alternativas de respuesta	45
Tabla 7. Alfa de Cronbach	46
Tabla 8. Porcentaje del género de los Voluntarios Corporativos	49
Tabla 9. Porcentaje del género de los No Voluntarios Corporativos	49
Tabla 10. Porcentaje de las edades de los Voluntarios Corporativos	50
Tabla 11. Porcentaje de las edades de los No Voluntarios Corporativos	51
Tabla 12. Porcentaje del nivel educativo de los Voluntarios Corporativos	52
Tabla 13. Porcentaje del nivel educativo de los No Voluntarios Corporativos	53
Tabla 14. Porcentaje de la antigüedad en la empresa de los Voluntarios Corporativos	54
Tabla 15. Porcentaje de la antigüedad en la empresa de los N Voluntarios Corporativos	55
Tabla 16. Voluntarios Corporativos por tipo de cargo	56
Tabla 17. No Voluntarios Corporativos por tipo de cargo	57
Tabla 18. Dimensión Compromiso / Voluntarios Corporativos	58
Tabla 19. Dimensión Identificación / Voluntarios Corporativos	59
Tabla 20. Dimensión Motivación / Voluntarios Corporativos	61
Tabla 21. Dimensión Compromiso / No Voluntarios Corporativos	63
Tabla 22. Dimensión Identificación / No Voluntarios Corporativos	65
Tabla 23. Dimensión Motivación / No Voluntarios Corporativos	67
Tabla 24. Sentido de Pertenencia / Voluntarios Corporativos	69
Tabla 25. Sentido de Pertenencia / No Voluntarios Corporativos	69
Tabla 26. Dimensión Optimismo – Entusiasmo / Voluntarios Corporativos	71
Tabla 27. Dimensión Flexibilidad / Voluntarios Corporativos	72
Tabla 28. Dimensión Trabajo en equipo / Voluntarios Corporativos	73
Tabla 29. Dimensión Comunicación Interpersonal / Voluntarios Corporativos	75
Tabla 30. Dimensión Liderazgo / Voluntarios Corporativos	76
Tabla 31. Dimensión Optimismo – Entusiasmo / No Voluntarios Corporativos	77

Tabla 32. Dimensión Flexibilidad / No Voluntarios Corporativos	79
Tabla 33. Dimensión Trabajo en Equipo / No Voluntarios Corporativos	81
Tabla 34. Dimensión Comunicación Interpersonal / No Voluntarios Corporativos	82
Tabla 35. Dimensión Liderazgo / No Voluntarios Corporativos	84
Tabla 36. Desarrollo de Competencias / Voluntarios Corporativos	86
Tabla 37. Desarrollo de Competencias / No Voluntarios Corporativos	86
Grafico 1. Porcentaje del género de los Voluntarios Corporativos	48
Grafico 2. Porcentaje del género de los No Voluntarios Corporativos	49
Grafico 3. Porcentaje de las edades de los Voluntarios Corporativos	50
Grafico 4. Porcentaje de las edades de los No Voluntarios Corporativos	51
Grafico 5. Porcentaje del nivel educativo de los Voluntarios Corporativos	52
Grafico 6. Porcentaje del nivel educativo de los No Voluntarios Corporativos	53
Grafico 7. Porcentaje de la antigüedad en la empresa de los Voluntarios Corporativos	54
Grafico 8. Porcentaje de la antigüedad en la empresa de los N Voluntarios Corporativos	55
Grafico 9. Voluntarios Corporativos por tipo de cargo	56
Grafico 9. No Voluntarios Corporativos por tipo de cargo	57

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación se planteó el estudio del impacto del voluntariado corporativo sobre las variables sentido de pertenencia y desarrollo de competencias en los trabajadores que participan voluntariamente en los programas de responsabilidad social empresarial de la empresa Ron Santa Teresa, C. A. en comparación con los no voluntarios en dichos programas. El estudio consideró las actividades desarrolladas en los programas de responsabilidad social empresarial de la Fundación Santa Teresa. El objetivo fundamental de la investigación fue comparar el nivel de presencia que tienen las variables Sentido de Pertenencia y Desarrollo de Competencias en los Voluntarios Corporativos en comparación con el grupo de No Voluntarios de la empresa. Para lograr dar respuesta a los objetivos, se siguió una investigación de tipo descriptiva, con un diseño no experimental de tipo transversal. Se desarrolló un estudio de campo para la recolección de datos en las dos sedes de la empresa ubicadas en Aragua y Distrito Capital. La población estuvo conformada por la totalidad de los empleados, 385 personas registradas en nómina para Diciembre 2018, aplicando las técnicas de muestreo se determinó una muestra esperada de 100 empleados a ser encuestados aleatoriamente, 54 Voluntarios y 46 No Voluntarios siendo los factores relevante su participación o no en las actividades de responsabilidad social y que tuvieran más de un año en la organización. Al finalizar el proceso de levantamiento de información se obtuvo un total de 73 instrumentos completos para una muestra obtenida de 54 Voluntarios Corporativos y 19 No Voluntarios Corporativos. El instrumento de recolección de datos fue una encuesta basada en la modalidad de escala Likert. Con los datos obtenidos se procedió a hacer un análisis comparativo porcentual de cada dimensión con sus respectivos ítems. Los resultados evidencian que los trabajadores que participan como Voluntarios en los programas de responsabilidad social de las empresas muestran una mayor presencia de sentido de pertenencia, así como superior desarrollo de las competencias seleccionadas para este estudio, en comparación con los trabajadores que no participan en los programas de responsabilidad social; Esto nos permite concluir que los procesos de voluntariado tienen un valor estratégico importante para las organizaciones y en particular para la gestión de recursos humanos.

Palabras Claves: Responsabilidad Social Empresarial, Voluntariado Corporativo, Sentido de Pertenencia, Desarrollo de Competencias.

INTRODUCCIÓN

Venezuela pasa por una notable crisis social, económica, política, cultural y ambiental. Las empresas venezolanas inmersas en esa realidad están enfocadas en sobrevivir, dejando de lado algunos aspectos tan importantes como los programas de responsabilidad social, algunas por falta de recursos y otras quizá por no considerarlos estratégicos en el momento actual. Una de las principales políticas de la empresa C.A Ron Santa Teresa es tomar en cuenta su entorno, este hecho ha ocasionado que sea una de las pocas empresas que posee una organización, Fundación Santa Teresa, con un amplio recorrido en materia de responsabilidad social empresarial; Es nuestra intención identificar la importancia estratégica que los programas de responsabilidad social empresarial pueden tener para la organización Ron Santa Teresa y sus trabajadores voluntarios en dichos programas.

Diversos estudios indican que los trabajadores que practican el voluntariado corporativo poseen más probabilidades de calificar su cultura corporativa como muy positiva en comparación con los trabajadores que no poseen actividades de esta naturaleza. En este orden de ideas, la siguiente investigación tiene por objetivo analizar el impacto que tiene la actividad de voluntariado de los trabajadores de la empresa Ron Santa Teresa en el sentido de pertenencia y en el desarrollo de competencias en comparación con los empleados No Voluntarios de la misma empresa. El proyecto consta de los siguientes capítulos:

- CAPÍTULO I: Se establece el Planteamiento del Problema, de lo general a lo particular, se realiza una breve descripción de la empresa Ron Santa Teresa y la Fundación Santa Teresa. Se incluye la Pregunta de Investigación, el Objetivo General, Objetivos Específicos y Justificación de la investigación.

- CAPÍTULO II: Se plasma el Marco Teórico. El cual comienza con los Antecedentes de la Investigación haciendo un breve recuento de los trabajos, tesis y artículos asociados a nuestra investigación, para luego profundizar en teorías, conceptos y aproximaciones de diversos autores.
- CAPÍTULO III: Se plantea el Marco Referencial. El cual comienza con una paráfrasis de los Antecedentes de la Organización plasmando la historia, premios, objetivos y valores de Ron Santa Teresa, luego continua con los Antecedentes de la Fundación Santa Teresa en el cual se hace referencia a sus actuales programas de responsabilidad social empresarial.
- CAPÍTULO IV: Se expresa el Marco Metodológico. En el cual se presenta todo lo relacionado al Tipo y diseño de estudio, Población, Muestra, Unidad de Análisis, Operacionalización de las variables, Técnica e instrumentos de recolección de datos, Validez y Confiabilidad del Instrumento de Recolección de Datos y Limitaciones de la investigación.
- CAPITULO V: Se presentan los Análisis junto con la Discusión de los resultados comenzando por las variables sociodemográficos y, por último, las dimensiones de las variables de estudio.
- CONCLUSIONES: Se plasma una pequeña recapitulación de la investigación, planteando los resultados de los objetivos planteados en el capítulo I.
- RECOMENDACIONES: Se procede a realizar sugerencias para la empresa de estudio y para futuras investigaciones.
- BIBLIOGRAFIA: Se presentan todos los documentos consultados para poder elaborar la investigación.
- ANEXOS: Se encuentra el instrumento de recolección de datos, el instrumento de validación y las tablas de los resultados obtenidos.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Partiendo de la premisa de que toda empresa como institución genera un determinado impacto social, económico y medio – ambiental de acuerdo al sector industrial en el que se encuentre, existe una creciente tendencia mundial hacia la contribución activa y voluntaria para el mejoramiento del entorno, punto de partida de la Responsabilidad Social Empresarial. Correa (2007) en el análisis acerca de la evolución histórica del concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) según fuentes de la Universidad de Medellín – Colombia (2007), expone cómo a partir de la segunda mitad del siglo XX las organizaciones comienzan a tomar conciencia acerca de la capacidad que poseían para influir y dar soluciones a la problemática social derivada de su actividad productiva, partiendo del reconocimiento de los daños y riesgos en el entorno en que se desarrollaban.

Paula Ortiz (2009) afirma que en un principio la RSE se presentaba dentro de las organizaciones como parte de una obligación legal con el Estado, dejando de lado sus consideraciones estratégicas. No fue hasta la última década del siglo XX que el significado comenzó a evolucionar más allá de un deber empresarial, planteándose una nueva forma de alinear los objetivos estratégicos organizacionales con los intereses y necesidades de la sociedad. El desarrollo del concepto permitió una nueva conceptualización y avance de los modelos de negocio, y estrategias de mercado de las organizaciones a nivel mundial.

Hoy en día, la preocupación por la búsqueda del equilibrio entre el crecimiento organizacional y el bienestar social representa el motivo fundamental por el cual las empresas buscan adoptar programas de RSE. Las organizaciones se han visto en la obligación de reflexionar sobre el papel que ocupan en torno a una mayor inclusión social y la necesidad de incorporar otros criterios más allá de los económicos como parte de su estrategia de negocio. Diversos estudios señalan que el concepto de RSE, más allá de lo

social, impacta significativamente a lo interno de la organización en términos de compromiso laboral, eficiencia, productividad, entre otros. Aspectos que, en consecuencia, se reflejan claramente en la identidad corporativa de la empresa, la cual según Capriotti (2009) es el conjunto de atributos o características centrales que identifican a una organización y la hacen perdurable en el tiempo, diferenciándolas del resto.

Gracias a las prácticas de RSE, a partir de la década de los 70, comienza a surgir el concepto de voluntariado corporativo en Estados Unidos y posteriormente se fue expandiendo a nivel mundial. Un estudio realizado por el Observatorio de Voluntariado Corporativo (2015), demostró que para ese año, el 67% de las empresas Españolas realizaban acciones de voluntariado, mientras que en Latinoamérica esta cifra alcanzó el 87%; dichos datos; reflejan que las organizaciones han visto en el voluntariado corporativo una nueva fuente para la sustentabilidad, el desarrollo y la apertura de nuevas oportunidades para la empresa y los trabajadores.

Houghton (2009), define el voluntariado corporativo como el ejercicio y la participación de una organización en actividades de voluntariado realizadas por sus empleados, las cuales surgen para dar respuesta a las necesidades externas de los distintos colaboradores y la sociedad civil. En los últimos años ha sido utilizado como una herramienta estratégica de las empresas que buscan fortalecer la imagen empresarial en el ámbito de la RSE, representando a su vez, un mecanismo conductor para capacitar competencias en los empleados, funcionando como principal motivador. Cosenza, Saz Gil y Zardoya (2016).

En Venezuela, la RSE se remonta a 1960 cuando el concepto se consideraba una moda empresarial que quedaría en la historia. Roosen (2006). Sin embargo, tiempo después se rompe el esquema de este paradigma y así, comienzan a surgir iniciativas de RSE a lo largo del país planteadas por organizaciones como Empresas Polar, CANTV, Bigott, Banco Mercantil, Petróleos de Venezuela, Ron Santa Teresa, entre otras, las cuales sirven de inspiración para otros países durante la época.

En la actualidad, la RSE en Venezuela se ha visto afectada por la crisis política, económica y social al punto en el que las organizaciones se preocupan más por su sustentabilidad económica que por la realización de acciones de orden social. Víctor

Guédez (2018). Sin embargo, muchas de las empresas pioneras en RSE continúan apostando por los proyectos de este tipo, procurando mejorar las prácticas internas y las condiciones del capital humano. En este sentido, la empresa Ron Santa Teresa, C. A. destaca por poseer una organización con un amplio recorrido en materia de RSE gracias a los diferentes proyectos que se han desarrollado a nivel deportivo, social y medioambiental con el fin de subsanar las problemáticas de su comunidad en el estado Aragua, dicha organización recibe el nombre de Fundación Santa Teresa.

Ron Santa Teresa es una organización dedicada a la producción de ron añejo en Venezuela con una trayectoria de más de 220 años. Su actual presidente, Alberto Vollmer, fue el impulsor de los programas de voluntariado corporativo en la empresa, a través de iniciativas como Proyecto Alcatraz. La creación de un programa generador de valor social que abriera paso a una nueva visión acerca de cómo atacar los problemas de la comunidad a través de la práctica de la justicia restaurativa y el deporte, con el fin de lograr una sana recuperación de los delincuentes y el municipio, fue uno de los principales motores motivacionales que condujeron a Vollmer a la creación de un proyecto como este. Ron Santa Teresa, (2014; 2015).

A través de la Fundación Santa Teresa la empresa lleva adelante sus programas de responsabilidad social, los cuales se desarrollan en el Municipio Revenga del estado Aragua y se dividen en tres áreas fundamentales: Seguridad, por medio del Proyecto Alcatraz; Deportes a través de Rugby Santa Teresa, y; Ambiente gracias a Proyecto Casas Blancas. Fundación Santa Teresa, (2017; 2018).

La práctica del deporte busca favorecer la reinserción de los jóvenes con problemas de conducta en la sociedad, enfocándose en la convivencia social, la resolución pacífica de conflictos, la cultura por el respeto de los derechos humanos y la incorporación de los participantes en el mundo laboral. Martínez (2013). De esta manera, la formación en valores en conjunto con la práctica del Rugby, empezó a representar la estrategia principal de uno de los principales programas, Proyecto Alcatraz.

Resulta interesante, a nivel intraorganizacional, describir los beneficios que genera el voluntariado corporativo sobre el capital humano que practica acciones de responsabilidad social en una organización. Voluntare (2013) realizó una investigación

comparativa entre organizaciones con programas de voluntariado y otras que no, con el objetivo de evidenciar el desarrollo de los empleados partícipes de dichos programas. Los resultados arrojaron que las competencias a nivel técnico y personal es mayor en los trabajadores que realizan acciones de voluntariado que en aquellos que no.

La Fundación Adecco, en conjunto con el Club de Excelencia y Sostenibilidad (2011) realizó un estudio en algunas empresas de España acerca de los beneficios que aporta el voluntariado corporativo a nivel intraorganizacional y entre sus resultados se destaca la mejora de la relación de los empleados con la empresa, un alto nivel de orgullo hacia la misma y una evidencia clara de que existe un desarrollo de competencias mayor que en aquellos trabajadores que no realizan actividades de voluntariado. Entre las competencias desarrolladas se encuentran liderazgo, toma de decisiones, negociación, resolución de conflictos, entre otras. Aspectos de los cuales se enfocará la presente investigación en la empresa Ron Santa Teresa.

Entre los beneficios subyacentes de la RSE se encuentra el incremento del sentido de pertenencia de los trabajadores, el cual se define según Chiavenato (1994) como el comportamiento o actitud que se evidencia en el individuo al considerarse y sentirse parte de un grupo en el cual priman los objetivos organizacionales en conjunto con los individuales, generando un alto grado de bienestar en la empresa donde las personas manifiestan una actitud adecuada y benéfica con su trabajo, como resultado de una relación armoniosa con la organización.

Conociendo el esfuerzo que requiere a nivel empresarial el desarrollo de iniciativas de responsabilidad social, esta investigación pretende examinar el impacto que tienen dichos programas en los Voluntarios Corporativos de la empresa, en términos de su sentido de pertenencia hacia Ron Santa Teresa y el desarrollo de sus competencias, particularmente en aquellas vinculadas con habilidades personales más allá de los aspectos técnicos propios del cargo. A su vez, se medirán dichos términos en los trabajadores No Voluntarios para comparar las variables en ambos grupos de actores.

Esta investigación nos permitirá demostrar los conocimientos adquiridos durante la carrera universitaria. Asimismo le permitirá a la empresa ver el impacto en sus trabajadores, evaluar sus acciones y tomar nuevas medidas para el mejoramiento. Además

de servir como referencia para organizaciones y/o futuras investigaciones que posean relación con el objetivo de estudio.

Con base en lo planteado, se estudiará el impacto que pueden tener los programas de Responsabilidad Social Empresarial, planteados en el Municipio Revenga, en los Voluntarios Corporativos de la empresa Ron Santa Teresa. En concreto la Pregunta de Investigación está orientada de la siguiente manera: ***¿Los Voluntarios Corporativos evidencian un mayor sentido de pertenencia hacia la organización que los empleados No Voluntarios? ¿Los Voluntarios Corporativos muestran una mayor presencia de determinadas competencias que los empleados No Voluntarios?***

Partiendo de esta Pregunta de Investigación se formula el siguiente grupo de objetivos:

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General

Analizar el impacto que tiene la actividad de voluntariado de los trabajadores de la empresa Ron Santa Teresa en el sentido de pertenencia y en el desarrollo de competencias en comparación con los empleados No Voluntarios de la misma empresa.

Objetivos Específicos

1. Identificar el nivel de presencia de sentido de pertenencia hacia la organización que manifiestan los Voluntarios Corporativos de la empresa Ron Santa Teresa.
2. Identificar el nivel de presencia de sentido de pertenencia hacia la organización que manifiestan los empleados de la empresa Ron Santa Teresa que no ejercen actividades de voluntariado corporativo.
3. Identificar el nivel de desarrollo de determinadas competencias de los Voluntarios Corporativos.
4. Identificar el nivel de desarrollo de determinadas competencias de los No Voluntarios de la empresa Ron Santa Teresa.
5. Comparar el sentido de pertenencia y las competencias desarrolladas por los Voluntarios Corporativos de la Fundación Santa Teresa con el sentido de pertenencia y las competencias evidenciadas por los No Voluntarios de la empresa Ron Santa Teresa.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes de la Investigación

Las investigaciones en relación a los temas de desarrollo de competencias e incremento del sentido de pertenencia gracias a las prácticas de voluntariado corporativo en programas de responsabilidad social, se han desarrollado con mayor frecuencia en los últimos años. Organizaciones a nivel mundial se han enfocado en estudiar el tema con el objetivo de esclarecer los beneficios que otorga el voluntariado corporativo a nivel intraorganizacional y social. Entre ellas se encuentra Voluntare, Iberdrola, Bancaja, Centro de Voluntariado de Sao Paulo, Cemex, Alianza Mexicana de Voluntariado, entre otras.

Boccalandro (2018) con la colaboración de PwC en Colombia y la Fundación Repsol en España, analizó la capacidad del voluntariado corporativo para incrementar el compromiso del empleado con dichas empresas. El proceso metodológico que se llevó a cabo en esta investigación fue el siguiente:

1. Se seleccionaron empleados que no habían realizado actividades de voluntariado en los 12 meses previos al estudio.
2. Se realizó una encuesta a los trabajadores acerca de compromiso organizacional y otros comportamientos.
3. Se dividieron a los participantes del estudio en dos partes: el grupo de voluntariado y el grupo de control. El primero participó activamente de las actividades de voluntariado, el cual fue realizado en equipo y sus actividades no requerían conocimientos especiales vinculados al trabajo.
4. Luego de haber realizado entre 4 y 20 horas de voluntariado corporativo, se realizó una segunda encuesta a ambos grupos.

5. Por último, se realizó una tercera encuesta de seguimiento a ambos grupos, luego de 12 semanas después de haber aplicado la segunda encuesta.

El tamaño de la muestra fue de 117 empleados los cuales fueron recogidos de las 3 empresas mencionadas anteriormente. Entre las conclusiones que se obtuvieron del estudio, se refleja claramente según datos estadísticos que:

1. 6 de cada 7 trabajadores no están comprometidos con su trabajo.
2. La satisfacción laboral aumenta en un 13%.
3. Existe un aumento del orgullo por los productos y servicios de la empresa en un 18% por parte de los empleados.
4. Se evidencia en un 24% que hay mayor índice de crecimiento personal en los trabajadores.
5. Hay un aumento del 33% en el sentido del propósito del trabajo en los empleados.

La consultora Voluntariado y Estrategia (2018) llevó a cabo un estudio donde se analizó el impacto que ejerce la actividad de voluntariado sobre el desarrollo de competencias utilizando una muestra de 608 empleados, donde 367 participaban del mismo y 241 no lo hacían, los cuales eran provenientes de empresas como KPMG, Barclays, Iberdrola, Proseguir, entre otras. Para la investigación se analizaron 4 competencias en particular: Comunicación, flexibilidad, optimismo – entusiasmo y trabajo en equipo. Además de esto, sus resultados fueron presentados y debatidos en el II Congreso Internacional de Voluntariado Corporativo llevado a cabo en Madrid, España en el año 2018.

Entre las conclusiones que se obtuvieron de dicho estudio se evidencia que:

1. Las puntuaciones del grupo de Voluntarios son mayores a las de los No Voluntarios en todos los casos estudiados.
2. Los Voluntarios demuestran un mayor nivel de implicación y proactividad que los No Voluntarios.

3. A mayor número de horas de voluntariado, mejor será la adaptación a nuevas situaciones y equipos de trabajo así como la anteposición de los intereses comunes a los propios intereses.
4. Aproximadamente, es a partir de las 20 horas de Voluntariado cuando se empiezan a percibir los cambios y las diferencias en los empleados Voluntarios.

Voluntariado y Estrategia reafirmó en el II Congreso Internacional de Voluntariado Corporativo, que dichas prácticas correctamente gestionadas, tienen la capacidad de influir de manera determinante en el nivel de desarrollo de competencias de los Voluntarios, lo que supone uno de los principales atractivos para las organizaciones a nivel mundial. Otros estudios de esta naturaleza se han desarrollado con respecto a los temas en cuestión, algunos de los cuales serán mencionados a lo largo de esta investigación.

Ambos estudios demuestran que el voluntariado corporativo puede funcionar como una herramienta impulsora del compromiso de los empleados con la empresa y por otro lado, puede contribuir al desarrollo de competencias de los Voluntarios para un mejor desempeño laboral y personal.

Revisión Conceptual

Responsabilidad Social Empresarial (RSE):

El estudio de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) debe comenzar por el análisis de los diferentes enfoques que a lo largo de la historia han expuesto distintos autores estudiosos del tema, los cuales en algunos casos, llegan a ser complejos y contradictorios. El primero de ellos se refiere a la RSE a partir de una visión instrumental, en la que la empresa mantiene un comportamiento ético y responsable en la medida en que dicha gestión le aporte beneficios expresados en ventajas competitivas. El segundo, visión política, se refiere a aquellas en las que a través del espacio político ejercen un uso responsable de su poder en la sociedad. El enfoque integrador se centra en aquellas empresas que se orientan principalmente hacia sus stakeholders partiendo de la identificación canalización, capacitación y respuesta de sus demandas primordiales. Por

último, el cuarto enfoque está orientado al estudio de las responsabilidades éticas de las organizaciones en la sociedad, Garriga E. y Melé D. (2011).

Diversos conceptos de Responsabilidad Social Empresarial apuntan, en la mayoría de los casos, no sólo al cumplimiento del ordenamiento jurídico sino a la inmersión de la propia empresa en los problemas sociales, económicos y medioambientales reflejados en su entorno que afectan directamente a las comunidades y por ende en la calidad de vida de las mismas. A continuación se presentan algunas definiciones, a fin de orientar al lector y lograr una mayor comprensión del concepto de Responsabilidad Social Empresarial.

De acuerdo al Libro Verde de la Comisión de las Comunidades Europeas para Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas realizada en Bruselas (2001), la Responsabilidad Social Empresarial se entiende como la integración voluntaria por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores. Ser socialmente responsable no significa cumplir únicamente con las obligaciones jurídicas sino ir más allá de su cumplimiento, invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los stakeholders. Según otro punto de vista, Caravedo (citado por Mayorga y González, 2001) expresa que la Responsabilidad Social debe jugar un rol más allá de hacer utilidades o ganancia. Es también una conciencia de que el producto final de las empresas tiene un impacto directo e indirecto dentro y fuera de la compañía. La empresa socialmente responsable es aquella que se preocupa del bienestar de quienes trabajan en ella (salud, educación, remuneración del personal, entre otros) y que demuestra su solidaridad con el entorno (clientes, proveedores y la comunidad).

Como se puede evidenciar, estos autores refieren el tema de la RSE hacia una visión integradora, en la que la organización debe partir del compromiso voluntario con la sociedad, la preservación del medio ambiente y la dedicación a sus principales stakeholders. Por otra parte, Venamcham (2004) propone que la responsabilidad social representa la administración de una empresa de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una organización. Así mismo, es la expresión del compromiso de una empresa con la sociedad y la aceptación de su rol en ella. Esto incluye el pleno cumplimiento de la ley y acciones adicionales para asegurar que la empresa no opera a sabiendas del detrimento de la

sociedad. Para ser efectivo y visible, este compromiso debe estar respaldado por recursos, liderazgo y ser medible y medido.

La evolución del concepto de RSE, ha propiciado la integración de dos perspectivas distintas, por un lado el modelo empresarial ganar – ganar y por otro el de la empresa moralmente ética que no necesita de una retribución económica para involucrarse en los problemas sociales y medioambientales que afectan su entorno. Todo esto puede resumirse en un último concepto, el cual presenta de forma unificada todas las características anteriormente mencionadas. Para el CEMEFI (2015) “la Responsabilidad Social Empresarial se ha convertido en una nueva forma de gestión y de hacer negocios en la cual la empresa se ocupa de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, lo social y lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona y buscando la sustentabilidad del medio ambiente y las generaciones futuras. Es una visión de negocios que integra respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente con la gestión misma de la empresa, independientemente de los productos y servicios que ésta ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad.”

Voluntariado Corporativo:

Según la Fundación Adecco y el Club de Excelencia en Sostenibilidad (2011) el voluntariado corporativo se refiere al conjunto de actividades promovidas y apoyadas por la empresa que tienen por finalidad la involucración y participación de los empleados en actividades de voluntariado, las cuales surgen como respuesta a las necesidades externas medioambientales y sociales. Los autores explican que la relación entre la empresa y el voluntariado imprimen un beneficio de gran escala para la organización, ya que las mismas lejos de ser antagónicas, representan la combinación perfecta para el logro de los objetivos de negocio de manera más rentable a través de la ayuda al entorno y sus diferentes stakeholders.

Kotler y Lee en su libro de Responsabilidad Social Corporativa, (2005) explican que el voluntariado corporativo, es una estrategia empresarial que permite motivar a sus trabajadores a crear un impacto significativo en la realidad social de la comunidad que rodea la organización. A su vez, contribuye a la creación de conciencia corporativa acerca del rol fundamental que cumple la organización para con el entorno.

La Revista Electrónica de Administración (RAE) del Centro Universitario Municipal de Franca, Brasil, publicó un artículo acerca del análisis del significado de dicho concepto, donde los autores Garay y Mazzilli (2003) indican que el voluntariado corporativo representa una forma de entrenamiento para los empleados que necesitan oportunidades de desarrollo de capacidades de liderazgo y responsabilidad, teniendo en cuenta que a su vez, dicho proceso aumenta su sentido de pertenencia para con la organización.

Otros autores han dedicado sus estudios al análisis de las motivaciones de los trabajadores que practican el voluntariado corporativo en busca de crecimiento y aspiraciones personales. Geber (1991) explica que entre las razones principales por las que los trabajadores se vinculan a dichos proyectos se encuentra el sentido de realización, el deseo de afiliación y la búsqueda de poder, la cual va de la mano con el ejercicio del liderazgo.

Sentido de Pertenencia:

Según el Diccionario de la Real Academia Española (2019) la palabra pertenencia “es el hecho o circunstancia de formar parte de un conjunto, como una clase, un grupo, una comunidad, una institución...” Alberto Astorga (2019) señala como el ser humano posee tendencia a identificarse con aquello “a lo que pertenece” ya sean lugares, personas, grupos y/o empresas en donde se sientan cómodos y acogidos. El hecho de pertenencia ata emocionalmente, mientras más íntima sea la relación más fuerte es la unión y conexión, lo que ocasionará que el individuo posea mayor interés por ayudar, cumplir metas, objetivos y generar compromiso. Astorga evidencia la condición social innata que desarrollan los humanos por la necesidad de pertenencia, de poseer relaciones duraderas y profundas con otros, no solo para garantizar la supervivencia y reproducción, sino a su vez para definir su personalidad; Asimismo Maslow (1943) señala cinco necesidades innatas del ser humano, en el tercer nivel de su pirámide se encuentra la Afiliación, en la cual se señalan las necesidades sociales del ser humano en el desarrollo afectivo, amor, pertenencia, afecto, aceptación, amistad, familia, relaciones y trabajo en equipo.

El talento humano es el recurso más valioso que posee toda empresa, como lo afirma Castro, Escobar y Urbina (2014), esto se debe a lo indispensable que son para estimular el crecimiento de toda organización. A su vez Astorga (2019) afirma que el sentido de pertenencia es la clave del éxito en toda organización, ya que los empleados que tengan este sentido son los que lucharán por cumplir los objetivos que se le asignen.

Rafael Saenz Ayala (citado por Montaña, 2009, p. 34), define el sentido de pertenencia como: “La actitud que se expresa en acciones de carácter voluntario que muestran el orgullo, el gusto, el placer, el compromiso de formar parte, de tomar como propia la empresa en la que se trabaja aunque la relación laboral sea de tipo contractual y no de propiedad”.

Formanchuk define el sentido de pertenencia como la apropiación de la misión, visión, valores e/o historia de la organización, que se ve reflejada en el orgullo y en la identidad expresiva con el ser, hacer y sentir de los trabajadores de la organización (citado por Campana y Pérez, 2019. Pág. 18).

Según Herrera (2012) el sentido de pertenencia es la Intensidad de presencia de los rasgos: compromiso, identificación y motivación en la conducta de un trabajador, cuyo efecto se refleja en el cumplimiento de las metas organizacionales. (Herrera, 2012). Herrera define estos tres factores como:

- “- Compromiso. Es la dedicación, propiedad, obligación, aporte, colaboración, lealtad y reciprocidad que el empleado incluye en su trabajo.
- Identificación. Se refiere al orgullo, liderazgo, entrega, divulgación, valentía, publicidad, reconocimiento y constancia que el trabajador siente por su empresa.
- Motivación. Es la innovación, auto-estimulación, esfuerzo, ejemplo, satisfacción, reconocimiento, auto-control y enaltecimiento con que el colaborador realiza sus actividades”. Pág. 20.

Partiendo de estos tres factores se procede a realizar una breve definición según autores de cada uno:

Compromiso organizacional:

El compromiso forma una parte importante en el sentido de pertenencia; Meyer y Allen (1991) lo definen como un estado psicológico que define la relación entre una persona y una organización, interviniendo en la decisión de dejar o continuar en la organización. Por otro lado Hellriegel, Slocum y Woodman, (1999) lo define como la intensidad de la participación y la identificación que posee un empleado con la organización, haciendo referencia al deseo de perdurar en la organización, la disposición a elaborar actividades que contribuyan con la organización, identificación por las metas y valores de la misma. Algunos autores definen el compromiso organizacional como la identificación psicológica de una persona con la organización en la que trabaja (Arciniega, 2002).

Identificación organizacional:

Loi, Chan y Lam, (2014) definen la identificación organizacional como el sentimiento de pertenencia que posee un individuo hacia la organización donde se encuentra trabajando. Van Knippenberg y Ellemers, (2004) señalan que la identificación organizacional relacionada con la identidad de los objetivos es la variable clave, ya que esta ocasiona un aumento del rendimiento no solo en las tareas establecidas, sino que también ocasiona conductas deseadas en el área laboral. Por otro lado, Rosario, (2016) lo define como el grado de valores compartidos, deseos, objetivos y metas entre el trabajador y la organización, siendo crucial para el éxito de dicha organización.

Motivación laboral:

Robbins, (2004) señala que la motivación laboral se refiere a la voluntad de los trabajadores de ejercer una gran cantidad de esfuerzo hacia el logro de las metas de la organización. Chiavenato, (2011) define la motivación como los estímulos que mueven a un individuo a llevar a cabo determinadas acciones y resistir hasta culminarlo. Por otra parte, Robbins y Judge, (2009) lo definen “como los procesos que inciden en la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza un individuo para la consecución de un objetivo... Los individuos motivados permanecen en una tarea lo suficiente para alcanzar su objetivo”. (pág. 175).

Competencias Laborales:

El origen etimológico del término competencias viene del latín cum y petere, “capacidad de concurrir, coincidir en la dirección”, “ir al encuentro de”, “aspirar algo”, “buscar o pretender algo”, entre otros. En el siglo XV esta palabra adquiere el significado de “pertenecer a”, “incumbir”, componiendo de esta manera el adjetivo “competente”, aplicado a aquel que se desenvuelve con eficacia en una actividad determinada. Posteriormente el término se adecúa a un nuevo significado relacionado con el sentido de “pugnar, rivalizar, contender con” dando paso a la creación de adjetivos como “competición, competencia, competidor, competitivo” relacionándose finalmente con la aptitud, capacidad, disposición de un individuo a realizar una tarea o actividad determinada.

MacClelland en 1973, psicólogo estadounidense destacado por sus investigaciones acerca de la teoría de la necesidad, llegó a la conclusión de que las capacidades de un individuo no estaban determinadas únicamente por los títulos obtenidos, conocimientos o los resultados arrojados por un test psicológico, sino por las características propias de la persona, definidas por el autor como competencias. (Zarazúa, 2007). Por otro lado para Meirieu (1992) una competencia representa conocimientos identificados que ponen en juego una o más capacidades dentro de un campo nocional, donde el control de los recursos a utilizar resulta una exigencia derivada del saber.

El CEPEC (1992) se refiere al término de competencias como “un sistema de conocimientos conceptuales y procedurales, organizados en esquemas operatorios, que permiten la identificación de una situación-problema, al interior de una familia de situaciones, y su resolución eficaz (performance o desempeño). La competencia está entonces constituida por capacidades y conocimientos” (en Poirier Proulx, 1999, p. 103). Por otro lado, Legendre (1993) presenta el concepto de competencias partiendo del campo de la didáctica y la pedagogía. Representa aquella habilidad adquirida gracias a la experiencia y la asimilación de conocimientos pertinentes que permite detectar y resolver problemas o conflictos específicos. La RAE (2014) define competencia en su segunda acepción como la pericia, aptitud o idoneidad para hacer algo o intervenir en un asunto determinado.

La autora Martha Alles (2007), describe el concepto de competencias como las características de la personalidad que parten del conjunto de comportamientos de un individuo, las mismas pueden generar desempeños exitosos en un puesto de trabajo determinado. Voluntare (2013) refiere a aquello que tiene el competente, es decir, un conjunto de conocimientos, actitudes y aptitudes que se concretan en comportamientos causalmente relacionados con el éxito en un determinado contexto. Las competencias son los elementos que cada individuo posee y que le dan una ventaja al momento de realizar sus actividades laborales.

El conjunto de definiciones expuestas anteriormente construyen una noción básica del concepto de competencias, el cual en la actualidad, pasa de ser simplemente un concepto a una forma de gestión de los recursos humanos en las organizaciones. Según Cabrera (2012), el modelo de gestión por competencias transformó la manera de ver el recurso humano, visualizándolo a nivel empresarial como una forma de inversión. Tal es así, que su implicación en la gestión estratégica de la empresa, determina la productividad y rentabilidad de la misma, es por ello que actualmente el recurso más importante para las organizaciones es el talento humano.

Desarrollo de Competencias a través del Voluntariado Corporativo:

Los antecedentes a la investigación en cuanto a desarrollo de competencias a través del trabajo voluntario, conducen a instituciones como Voluntare; red internacional que surge de la alianza entre empresas y entidades académicas y del tercer sector, a impulsar la expansión y profesionalización del voluntariado corporativo. Está conformada por más de 70 empresas en Europa y Latinoamérica que poseen programas de voluntariado y tienen estrecha colaboración con las principales redes de voluntariado a nivel mundial como la Asociación Internacional de Voluntariado (IAVE), IMPACT 2030 (alianza entre la ONU y empresas privadas a favor de los ODS y la Agenda 2030), Points of Light, Centro Europeo del Voluntariado (CEV), Voluntarios ONU, entre otros. Voluntare surge de la asociación de 8 empresarios fundadores de distintas organizaciones como Endesa, Forum Empresa, KPGM, Fundación Corresponsables, Fundación Codespa, entre otras.

Las investigaciones realizadas por esta organización en los años 2011 y 2012, demostraron que el voluntariado corporativo representa una herramienta provechosa y estratégica para el desarrollo de competencias de los trabajadores que son partícipes de los programas de RSE de las organizaciones, haciendo especial énfasis en el desarrollo de habilidades como comunicación interpersonal, facilidad para la transmisión de conocimientos, capacidades de adaptación a distintos escenarios o situaciones, capacidad para la resolución de conflictos, negociación, trabajo en equipo, entre otros.

Voluntaré (2013) menciona que existe una influencia positiva en el proceso de desarrollo de habilidades y competencias en aquellas empresas que cuentan de manera específica con programas de voluntariado corporativo. Según los estudios, los empleados sujetos a programas de voluntariado presentan un índice mayor de desarrollo de competencias profesionales y personales que aquellos que no lo ejercen. Claramente el voluntariado corporativo posee un vínculo significativo con el proceso de desarrollo de competencias, posicionándose de forma ventajosa frente a otros modelos. A través de estos programas los empleados tienen la oportunidad establecer contacto con distintas realidades sociales y el contexto que rodea la organización.

Los años 2011 y 2012 fueron fundamentales para Voluntaré e Iberdrola, empresa española dedicada a la producción, distribución y comercialización de servicio eléctrico con sede en Bilbao, desarrollaron una investigación con el objetivo de identificar la variación de las competencias y conductas de aquellos trabajadores que venían de formar parte del voluntariado corporativo y aquellos que no, contando con la participación de más de 600 empleados de 10 empresas. Entre sus conclusiones se puede encontrar que las valoraciones del grupo de Voluntarios en torno al desarrollo de competencias profesionales son mayores a la de los No Voluntarios, por otro lado presentan mayor nivel de pro actividad e involucración para con la empresa.

Un estudio realizado por Corporate Citizenship (2010) acerca del desarrollo de competencias a través del voluntariado corporativo, aplicado a 546 Voluntarios provenientes de 16 empresas de Europa, arrojó un resultado en el que se destacan los principales factores contextuales que pueden influir de manera significativa en dicho proceso. Entre ellos, se encuentra la exposición a un nuevo entorno, la oportunidad de tener interacción con nuevos círculos sociales, la necesidad de asumir roles de liderazgo y

el desarrollo de actividades que promuevan la empatía y el entendimiento mutuo. Las conclusiones que se obtuvieron de dicha investigación señalaban que un individuo era capaz de desarrollar sus habilidades y competencias, cuando se veía condicionado a enfrentar situaciones que lo obligaran a innovar en la búsqueda de objetivos determinados, cuando existe una influencia de cambios inesperados partiendo de las características del entorno, cuando las habilidades existentes se ponen a prueba y cuando, por último, se vive el fracaso.

Resulta importante destacar que para la presente investigación, el estudio de competencias partirá de los modelos aplicados por Voluntare, Fundar, Bancaja e Iberdrola. (2012) y Voluntare. (2013), enfocándose en el análisis de la flexibilidad, el trabajo en equipo, la comunicación interpersonal y el optimismo – entusiasmo. Al instrumento se le ha añadido una categoría adicional con el objetivo de medir la capacidad para liderar iniciativas.

A continuación (Tabla 1) se procede a realizar una definición de las competencias a analizar en la investigación, para la cual se tomarán en cuenta las competencias utilizadas por Voluntare (2013) en su estudio, el Diccionario de Competencias de la autora Martha Alles (2002) y las competencias propuestas por la consultora Hay Group (2003) respectivamente.

Tabla 1. Definiciones de Competencias propuestas por Voluntare y otros autores.

Competencias	Definiciones Voluntare	Definiciones Martha Alles	Definiciones Hay Group
Flexibilidad	“Las personas flexibles aceptan con prontitud el cambio, las nuevas personas e ideas y las sugerencias para introducir modificaciones en los procesos, procedimientos o métodos de trabajo establecidos, provengan de donde provengan. Se muestran receptivas a las ideas de los demás, y aceptan las críticas con espíritu constructivo.” (p. 19)	“Es la capacidad para adaptarse y trabajar en distintas y variadas situaciones y con personas o grupos diversos. Supone entender y valorar posturas distintas o puntos de vista encontrados, adaptando su propio enfoque a medida que la situación cambiante lo requiera y promoviendo los cambios en la propia organización o las responsabilidades de su cargo.” (p. 35)	"Facilidad para cambiar de criterios y orientación de la forma de pensar cuando cambian las premisas básicas, las condiciones del entorno o se recibe nueva información". (p. 43)

Trabajo en Equipo	“Trabajar en equipo supone saber aclimatar el propio ritmo de trabajo al de otras personas, identificando los objetivos comunes, y estableciendo relaciones productivas con otras personas para alcanzar los objetivos comunes propuestos.” (p. 18)	“Es la habilidad para participar activamente de una meta común, incluso cuando la colaboración conduce a una meta que no está directamente relacionada con el interés personal. Supone facilidad para la relación interpersonal y capacidad para comprender la repercusión de las propias acciones en el éxito de las acciones del equipo.” (p. 58)	"Participar activamente en la consecución de una meta común, incluso cuando la colaboración conduce a una meta que no está directamente relacionada con el interés personal". (p. 43)
-------------------	--	--	--

Comunicación Interpersonal	“Una persona con esta competencia sabe relacionarse con los demás, gestionando sus propias emociones y siendo consciente de las emociones de los demás, y cómo estas influyen en las situaciones. Asimismo, logra comunicarse con los demás, expresando sus pensamientos con claridad.” (p. 18)	“Es la capacidad de escuchar, hacer preguntas, expresar conceptos e ideas en forma efectiva, exponer aspectos positivos. La habilidad de saber cuándo y a quién preguntar para llevar adelante un propósito. Es la capacidad de escuchar al otro y comprenderlo.” (p. 56)	Resulta importante aclarar que Hay Group no define comunicación interpersonal, sin embargo la competencia de comprensión interpersonal, propuesta por la consultora, se acerca significativamente a este concepto: "Implica entender a los demás. Es la habilidad para escuchar, entender correctamente los pensamientos, sentimientos o preocupaciones de los demás aunque no se expresen verbalmente o se expresen parcialmente". (p. 43)
----------------------------	--	--	---

Optimismo – Entusiasmo	“Capacidad para afrontar con disposición las tareas o funciones derivadas de los objetivos del trabajo, manteniendo la calma en situaciones difíciles o bajo presión, enfocando las responsabilidades con visión positiva.” (p. 19)	Resulta importante aclarar que Martha Alles no define optimismo – entusiasmo, sin embargo la competencia de autocontrol, propuesta por la autora, se acerca significativamente a este concepto: Capacidad para controlar las emociones personales y evitar las reacciones negativas ante provocaciones, oposición u hostilidad de los demás o cuando se trabaja en situaciones de estrés. Asimismo implica la resistencia a situaciones constantes de estrés. (p. 67)	Resulta importante aclarar que Hay Group no define optimismo – entusiasmo, sin embargo la competencia de autocontrol, propuesta por la consultora, se acerca significativamente a este concepto: Capacidad para mantener el control y la calma en situaciones difíciles o estresantes. Asimismo, implica resistir positivamente en condiciones constantes de estrés". (p. 43)
---------------------------	--	---	---

Liderazgo	“Ser líder no significa únicamente dirigir a otros, sino también hacerse responsable de las funciones, tomar la iniciativa para resolver problemas y asumir la coordinación del trabajo propio y del de otros.” (p. 19)	“Es la capacidad de dirigir a un grupo o equipo de trabajo del que dependen otros equipos. Es líder de líderes. Esto implica el deseo de guiar a los demás. Los líderes crean un clima de energía y compromiso, comunicando la visión de la empresa, tanto desde una posición formal como desde una informal de autoridad. En un sentido amplio, el “equipo” debe considerarse como cualquier grupo en el que la persona asume el papel de líder.” (p. 45)	"Supone la intención de asumir el rol de líder de un grupo o equipo de trabajo promoviendo un ambiente de esfuerzo, pasión y confianza para así mejorar la gestión del equipo. Implica el deseo de guiar a los demás". (p. 43)
-----------	--	---	---

CAPÍTULO III

MARCO REFERENCIAL

Antecedentes de la Organización

La empresa Ron Santa Teresa es la primera productora de ron de Venezuela. Sus orígenes se remontan a 1796, cuando un caraqueño hacendado, Martín de Tovar recibe el título de Conde de Tovar por parte del Rey Carlos III de España, recibiendo las tierras que hoy en día conforman la Hacienda Santa Teresa. Esta tierra ubicada en Aragua recibe dicho nombre en honor al cumpleaños de la hija del Conde de Tovar, quien era devota de Santa Teresa de Jesús, cultivando en ellas a principios del siglo café, cacao, trigo, añil y caña de azúcar, esta última para la fabricación de su aguardiente personal. Proyecto Alcatraz, (2015b, 10 de agosto).

En 1885, casi un siglo más tarde, Gustavo Julio Vollmer Ribas (hijo del alemán Gustav Julius Vollmer y Panchita Ribas y palacios quien era sobrina del General en jefe José Félix Ribas y prima del Libertador Simón Bolívar) compra la hacienda e incorpora nuevas y distintas variedades de caña de azúcar. En 1896 se produjo en la hacienda Santa Teresa el primer ron del país, por lo cual se dice que los Valles de Aragua son la cuna del ron de Venezuela. Sin embargo, no es hasta el 26 de mayo de 1909 que se registra la marca Ron Santa Teresa siendo la primera marca de ron en Venezuela y el Caribe. Proyecto Alcatraz, (2015b, 10 de agosto).

En 1955 Alberto J. Vollmer al frente de la empresa, toma la iniciativa de continuar con la tradición familiar y fundar Compañía Anónima Ron Santa Teresa, empresa dedicada totalmente a la producción de los más finos rones añejos. En 1979, 24 años después de dicha iniciativa, la hacienda pasó a ser una de las destilerías más técnicas y modernas en América Latina, manteniendo sus bodegas, las más antiguas del país. En 1999 la compañía busca convertir la producción y comercialización de rones añejos Premium en su enfoque

fundamental a nivel nacional e internacional, siendo su mercado objetivo España, Estados Unidos y Venezuela. Villarroel Ruiz, V. (2014).

Compañía Anónima Ron Santa Teresa realiza sus procesos de producción bajo los más estrictos controles de calidad, contando con las certificaciones Norven, ISO 9001 necesaria para incursionar en los mercados de exportación; Asimismo se han hecho acreedores de la denominación de Origen Controlado Ron de Venezuela. Sus productos han recibidos reconocimientos en las más prestigiosas competencias internacionales (Competencia Mundial de Espirituosos de San Francisco, el International Spirits Review del Chicago Beverage Tasting Institute, doble medalla de oro en Madrid 2016, 2017, 2018 y 2019, reconocimiento en el top 100 Spirits del mundo 2019...). Villarroel Ruiz, V. (2014).

Actualmente, la compañía continúa en las manos de sus fundadores la familia Vollmer, y posee dos sedes en Venezuela, una en las mismas tierras que un día pertenecieron al Conde de Tovar, lugar donde se realiza todo el proceso productivo del ron y en el cual trabajan 312 personas aproximadamente. La segunda sede se encuentra ubicada en el Distrito Capital integrada por unas 73 personas de las áreas administrativas y de ventas.

Misión “agregarle magia al momento”. C.A. Ron Santa Teresa, (2017).

Visión “Ron Santa Teresa se destaca como empresa familiar venezolana innovadora y constructora de marcas, que con base a las necesidades del consumidor y el apoyo de alianzas estratégicas, será líder en su categoría y hará del ron la auténtica bebida nacional. Además busca convertir la exportación en su principal negocio en los mercados seleccionados (España, EEUU y Venezuela), en los cuales sus productos serán catalogados por su alta calidad, prestigio y aceptación. Siendo reconocida por la excelencia de su capital humano, por el óptimo manejo de sus procesos y por la inversión comunitaria para garantizar su crecimiento rentable y sostenido”. C.A. Ron Santa Teresa, (2017).

Objetivo “lograr que el ronero (todos los venezolanos) se apropie de lo que hay detrás del ron, de las manos que cultivan la caña, de los rostros que por centurias han construido una cultura, una tradición, nuestra tradición. Entonces lo defienda como algo

suyo, como algo propio. Como un patrimonio colectivo que nos enorgullece y nos da identidad”. (C.A Ron Santa Teresa, 2017, Pág. 33).

Valores:

- “Humildad: es el valor más inteligente. Es un arma o una herramienta de sobrevivencia... Es un valor que nos permite tener los pies en la tierra, hacer amistades desde abajo, rodearnos de gente que dice la verdad, pasar desapercibidos y recibir información privilegiada que jamás llega a oídos de los arrogantes. La humildad es necesaria para escuchar, aprender, para comprender y sobre todo, para influenciar”. C.A. Ron Santa Teresa, (2017).
- “Jugamos limpio y jugamos para ganar: nos manejamos con transparencia, honestidad e integridad”. C.A. Ron Santa Teresa, (2017).
- “Sentimos orgullo por lo que hacemos: sentido de propiedad, la historia de la hacienda remota 200 años de tradición, papel que juega en la cultura de Venezuela”. C.A. Ron Santa Teresa, (2017).
- “Transformamos nuestro entorno: somos creyentes de que ningún logro verdadero puede obtenerse estando de espaldas a nuestra comunidad”. C.A. Ron Santa Teres. (2017).

Antecedentes de la Fundación Santa Teresa

Debido a que una de las principales políticas de la empresa es tomar en cuenta su entorno, en 1989 Alberto J. Vollmer Herrera crea la Fundación Santa Teresa con el objetivo de ser el brazo social de la empresa, logrando así sistematizar los aportes que desde sus inicios había hecho la empresa para promover y difundir valores en los venezolanos. En el 2000 un grupo de familias ingresó a los terrenos de la hacienda reclamando viviendas, este hecho hizo que Vollmer cambiara el objetivo de la fundación a una visión de inversión social destinada a favorecer el desarrollo del Municipio. Fundación Santa Teresa, (2014).

Desde ese momento la empresa ha apoyado y creado diversas iniciativas de responsabilidad social en el municipio Revenga del estado Aragua como el Proyecto Alcatraz, Visión Revenga, el Taller del Constructor Popular, Proyecto Casas Blancas, Camino Real, Rugby Santa Teresa, la creación de un núcleo del Sistema de Orquestas juveniles e infantiles; así como la constante formación de emprendedores y líderes comunitarios. Fundación Santa Teresa, (2014).

Desde el 2004 la Fundación se enfoca en un Plan de desarrollo establecido por la comunidad, llamado Visión Revenga, concentrando sus programas en tres áreas: Seguridad, a través del Proyecto Alcatraz; Deporte a través del Rugby Santa Teresa, y; Ambiente a través del Proyecto Casas Blancas. Las cuales forman parte del Plan Estratégico de la compañía. Fundación Santa Teresa, (2014).

Antecedentes del Proyecto Alcatraz

El Proyecto Alcatraz comienza en Marzo de 2003, cuando tres jóvenes roban a mano armada a uno de los vigilantes de la hacienda, al momento de ser capturados a dichos jóvenes se les otorgó la opción de decidir entre cumplir condena en la cárcel o pagar su delito con trabajo no remunerado en la hacienda, decidieron esto último y solicitaron la incorporación de otros jóvenes perteneciente a su “banda”, sin embargo no solo trabajaron, sino que también aprendieron a jugar rugby. Poco tiempo después, una segunda banda fue incorporada al proyecto, estas bandas al ser rivales tuvieron que trabajar por separado durante varias semanas hasta que el equipo encargado del proyecto decidió unirlos con el fin de solucionar sus conflictos, teniendo un total éxito. De este hecho surge este programa de reinserción social por parte de Ron Santa Teresa, el cual se basa en reclutar individuos con problemas de conducta en el Municipio José Rafael Revenga y dar un cambio positivo en sus vidas, dando respuesta a los dos problemas más notables de la comunidad: el desempleo y la delincuencia. Ron Santa Teresa, (2014); (2017b, 11 de julio) y (2015b, 10 de agosto).

El programa se desarrolla en tres fases y es realizado por un equipo de educadores, psicólogos e integrantes de la comunidad. Durante la primera fase los integrantes del programa se encuentran en aislamiento por un periodo de 3 meses en los cuales reciben formación en valores, atención psicológica y se comienza la práctica del Rugby. En la

segunda fase, tendrán una reincorporación a su comunidad en busca de ganar la confianza y su aceptación, sin embargo esta fase tiene un enfoque en el Rugby permitiéndoles trabajar en equipo, manejar sus impulsos y respetar las reglas, además se realiza trabajo comunitario. La última fase se basa en la formación para el trabajo, otorgándoles capacidades básicas para desempeñar un trabajo honesto. A pesar de haber culminado el proceso, los integrantes tienen un seguimiento por parte de otros egresados por un año consecutivo, esperando que tengan éxito en sus nuevas vidas. Fundación Ron Santa Teresa, (2014).

En el 2013, 10 años después del inicio del programa, un participante del Proyecto Alcatraz que decidió abandonar el programa fue detenido, en la cárcel solicitó un balón de rugby y comenzó a entrenar con otros prisioneros formando un equipo, la Fundación Santa Teresa acepta entrenarlos y pudo lograr que ese año participaran por primera vez en la historia en el Torneo de Rugby como equipo penitenciario. Este hecho ocasionó que se incorporara al Proyecto Alcatraz el Rugby penitenciario, donde se ofrece la oportunidad de formar valores a privados de libertad por medio de este deporte. Fundación Santa Teresa, (2014).

El Proyecto Alcatraz en estos dieciséis años ha tenido importantes índices de deserción de los jóvenes durante la realización del programa debido a que les cuesta permanecer en un grupo, seguir órdenes y tener que dar explicaciones, sin embargo ha ayudado a cientos de jóvenes, ha logrado desmovilizar a 9 grupos de jóvenes, ha incidido en la disminución de la tasa de homicidios, ha logrado la participación de 8 establecimientos penitenciarios en el Torneo De Rugby y ha obtenido numerosos reconocimientos como caso de estudio de Social Entrepreneurship Knowledge Network por la universidad de Harvard en el 2003, la distinción como mejor proyecto de inclusión social por The World Bank en 2004 y BeyoncSport en 2009... Ron Santa Teresa, (2015b, 10 de agosto).

Antecedentes del Rugby Santa Teresa

El Rugby Santa Teresa da inicio en el 2007, por medio de dos participantes de la primera banda reclutada por el Proyecto Alcatraz, Derwis Rebolledo y José Arrieta quienes buscaban evitar la violencia y la delincuencia en niños y jóvenes del Municipio, dándole

como objetivo a este programa la formación de valores a través del deporte. José Arrieta señala "Los niños antes no veían con pistolas y querían jugar con pistolas, ahora nos ven con balones de rugby y quieren venir a jugar rugby. Ahí vimos la oportunidad de que no tomaran malos pasos como nosotros". Fundación Santa Teresa, (2014).

Al comienzo, el programa se enfocaba solo en la Urbanización Juan Moreno III, sin embargo se fue extendiendo a las escuelas del Municipio José Rafael Revenga logrando que en la actualidad unos dos mil niños, estudiantes de 9 unidades educativas y de las comunidades adyacentes a la Hacienda, participan en el programa. Fundación Santa Teresa, (2014).

En 2011 se da inicio a la creación de Alcatraz Rugby Club quien hoy en día cuenta con cuatro equipos, contando con más de 90 jugadores regulares, ha logrado ser campeón de la Liga venezolana de Rugby durante tres años consecutivos (2015, 2016 y 2017), ha aportado más de 20 jugadores a las selecciones venezolanas en contiendas internacionales. Fundación Santa Teresa, (2014).

Antecedentes del Proyecto Casas Blancas

Este programa busca impulsar la actividad turística del Municipio, quien recibe unas 100 mil personas anuales gracias a la Hacienda Santa Teresa. Proyecto Casas Blancas ha logrado la recuperación y embellecimientos de más de 400 casas de la comunidad Juan Moreno, la cual representa el 70% de las viviendas de la zona, este hecho mejora la viabilidad, la canalización de aguas blancas y drenajes, la intervención del paisajismo con plantas ornamentales, la creación de nuevos espacios públicos y la participación de la comunidad. Fundación Santa Teresa, (2014).

CAPÍTULO IV

MARCO METODOLÓGICO

1. Tipo y Diseño de Investigación

1.1 Tipo de Investigación

La presente investigación buscó comparar el Sentido de Pertenencia y el Desarrollo de Competencias que tienen los Voluntarios Corporativos de la Fundación Santa Teresa con el Sentido de Pertenencia y Competencias que tienen los No Voluntarios de la empresa Ron Santa Teresa. Por tal motivo esta investigación es descriptiva, según Hernández, Fernández y Baptista (2006) este tipo de estudio busca medir y evaluar los diversos aspectos, dimensiones o componentes de los fenómenos a investigar.

1.2 Diseño de Investigación

Este trabajo de investigación fue enmarcado en un diseño no experimental de tipo transversal, el cual según Hernández, Fernández y Baptista (2006), se define como “la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente las variables y en los que sólo se observan fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos” además, “los datos se recolectarán en un solo momento y tiempo único con el propósito de describir las variables y su incidencia de interrelación en un momento dado”. La investigación conllevó un estudio de campo y la recolección de datos se realizó en las dos sedes de la empresa (Aragua y Distrito Capital).

2. Población, Muestra y Unidad de Análisis

2.1 Población

La población estuvo conformada por la totalidad de los empleados de la empresa Ron Santa Teresa C.A, 385 personas registradas en nómina para la fecha de Diciembre 2018.

2.2 Muestra

Partiendo de lo expresado anteriormente se procedió a realizar un muestreo probabilístico estratificado, se tomó la población total de empleados, 385 trabajadores, considerando un 95% de confiabilidad (Z), una varianza del 50%, y un error muestral de 8,45% (d). Obteniendo como resultado 100 empleados a encuestar aleatoriamente, siendo el único factor relevante si son Voluntarios o No Voluntarios (estratos) permitiéndonos que toda la población tuviera la misma oportunidad de ser seleccionado.

La fórmula para calcular la muestra fue la siguiente:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q} =$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 385 \times 0,50 \times 0,50}{(0,0845)^2 \times (385 - 1) + ((1,96)^2 \times 0,50 \times 0,50)} = \frac{369,754}{3.6699} = 99,87 = 100$$

Datos:

n = tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población, 385.

Z = nivel de confianza, 1,96.

p = probabilidad de éxito, 50%.

q = probabilidad de fracaso, 50%.

d = margen de error, definido por los investigadores 8,45%.

2.3 Muestreo Estratificado

$$FM = \frac{n}{N} = \frac{100}{385} = 0,2597$$

$$N_1 = 0,2597 \times 210 = 54$$

$$N_2 = 0,2597 \times 165 = 46$$

Tabla 2. Población y Muestra esperada

	Población	Muestra
Voluntario Corporativo:	210	54
No Voluntario Corporativo:	175	46
Total de trabajadores:	385	100

La información sobre los Voluntarios Corporativos y los No Voluntarios de la Empresa Ron Santa Teresa fue suministrada por Gabriel Álvarez, coordinador del Proyecto Alcatraz de la Fundación Santa Teresa.

Tabla 3. Población y Muestra obtenida

	Población	Muestra
Voluntario Corporativo:	210	54
No Voluntario Corporativo:	175	19
Total de trabajadores:	385	73

Al finalizar el proceso de levantamiento de la información, se obtuvo la información completa de la muestra de los Voluntarios Corporativos, sin embargo en el caso de los No Voluntarios corporativos el número de instrumentos recolectados fue inferior a lo esperado; no obstante la colaboración e insistencia del Coordinación del Proyecto Alcatraz, se obtuvieron 19 encuestas de la muestra total esperada de 46.

2.4 Unidad de Análisis

La unidad de análisis es descrita por Hernández, Fernández y Baptista (2006) como aquellos casos o elementos sobre los cuales se van a recolectar datos dependiendo del planteamiento del problema a investigar y el alcance del estudio. En esta investigación es conformada por los Voluntarios Corporativos y los No Voluntarios Corporativos de la

organización Ron Santa Teresa C.A ubicada en el Estado Aragua (Hacienda Santa Teresa) y Distrito Capital (Centro Comercial Expreso Baruta). En el caso de los Voluntarios Corporativos se tomara en cuenta solo los que posean más de 1 años en el voluntariado de la Fundación Santa Teresa.

3. Operacionalización de las Variables

3.1 Sentido de Pertenencia

Tabla 4. Operacionalización de Sentido de Pertenencia.

Variable	Dimensión	Definición	Ítems	Categoría de respuesta
<u>Sentido de pertenencia:</u> Intensidad de presencia de los rasgos: compromiso, identificación y motivación en la conducta de un trabajador, cuyo efecto se refleja en el cumplimiento de las metas organizacionales. (Herrera, 2012)	Compromiso.	Es la dedicación, propiedad, obligación, aporte, colaboración, lealtad y reciprocidad que el empleado incluye en su trabajo. (Herrera, 2012). Pág. 20.	1, 4, 6, 7, 11, 13, 17, 19, 20.	Totalmente de Acuerdo. (TA)
	Identificación.	Se refiere al orgullo, liderazgo, entrega, divulgación, valentía, publicidad, reconocimiento y constancia que el trabajador siente por su empresa. (Herrera, 2012). Pág. 20.	2, 5, 8, 9, 12, 14, 15, 18, 22.	De acuerdo. (DA) Indiferente. (I) En Desacuerdo. (ED)
	Motivación.	Es la innovación, auto-estimulación, esfuerzo, ejemplo, satisfacción, reconocimiento, auto-control y enaltecimiento con que el colaborador realiza sus actividades. (Herrera, 2012). Pág. 20.	3, 10, 16, 21.	Totalmente en Desacuerdo. (TD)

Fuente: Herrera (2012).

3.2 Desarrollo de Competencias

Tabla 5. Operacionalización de Desarrollo de Competencias.

Variable	Dimensión	Indicador	Definición	Ítems	Categorías de respuesta
<u>Desarrollo de competencias:</u> Es una evolución lógica de la formación gracias a la naturaleza de los cambios rápidos del contexto de trabajo. A su vez, el desarrollo de competencias no corresponde a las decisiones de la empresa, sino que representa una actitud compartida entre la organización y los empleados y su capacidad de autonomía. Levi-Leboyer (1997)	Competencias cardinales.	Optimismo-Entusiasmo.	Capacidad para afrontar con disposición las tareas o funciones, manteniendo la calma en situaciones difíciles o bajo presión, enfocando las responsabilidades con visión positiva. (Voluntare, Fundar, Bancaja e Iberdrola, 2012)	1, 6, 11, 16, 21.	Totalmente de Acuerdo. (TA) De acuerdo. (DA) Indiferente. (I)
		Flexibilidad.	Aceptación con prontitud del cambio, nuevas personas e ideas y modificaciones en los procesos, procedimientos o métodos de trabajo establecidos. Receptividad a las ideas de los demás y aceptación de críticas constructivas. (Voluntare, 2013) Pág. 19.	2, 7, 12, 17, 22.	
	Competencias de gestión.	Trabajo en equipo.	Corresponde a adaptarse al ritmo de trabajo de otras personas promoviendo la pro actividad, identificando los objetivos comunes, y estableciendo relaciones productivas con otras personas para alcanzar los objetivos comunes propuestos. (Voluntare, 2013) Pág. 18.	3, 8, 13, 18, 23.	En Desacuerdo. (ED) Totalmente en Desacuerdo. (TD)
		Comunicación interpersonal.	Se refiere a la capacidad para saber relacionarse con las otras personas, gestionando las emociones y siendo consciente de las emociones de los demás, y cómo éstas influyen en las situaciones. También se refiere a comunicarse con prontitud expresando los pensamientos con claridad. (Voluntare, 2013) Pág. 18.	4, 9, 14, 19, 24.	
		Liderazgo	Asumir responsabilidad de las funciones, saber tomar la iniciativa para resolver problemas y asumir la coordinación del trabajo propio y del de otros. (Voluntare, 2013) Pág. 19.	5, 10, 15, 20, 25.	

4. Técnica e Instrumento de Recolección de Datos

Para realizar la medición de Sentido de Pertenencia se utilizó como base el instrumento elaborada por Herrera (2012), fue modificado y adaptado en base al objetivo de la investigación y los resultados de la validación.

Para elaborar la medición de Desarrollo de Competencias se utilizó como base el instrumento de Voluntare, Fundar, Bancaja e Iberdrola (2012), fue modificado y adaptado en base al objetivo de la investigación y los resultados de la validación.

La encuesta estuvo basada en la modalidad de escala Likert. Oriol Llauro (2014) define la escala Likert como una herramienta de medición diferente, ya que permite medir cualidades y comprender el nivel de aprobación del encuestado con cualquier afirmación que le propongamos.

El instrumento aplicado consta de 47 ítems afirmativos con 5 respuestas alternativas (22 de sentido de pertenencia y 25 de desarrollo de competencias), cada ítem mide un factor específico y se encuentra ubicado de manera aleatoria para la confiabilidad como se puede observar en la Tabla 4 y 5.

El instrumento de esta investigación fue distribuido de manera electrónica vía e-mail por medio de la ayuda del Coordinador del Proyecto alcatraz, Sr. Gabriel Álvarez y la Srta. Carina Angulo de la Gerencia de Comunicaciones Corporativa de la empresa Ron Santa Teresa.

Tabla 6. Alternativas de Respuestas.

Totalmente de Acuerdo. (TA)	De acuerdo. (DA)	Indiferente. (I)	En Desacuerdo. (ED)	Totalmente en Desacuerdo. (TD)
--------------------------------	---------------------	---------------------	------------------------	-----------------------------------

5. Validez y Confiabilidad del Instrumento de Recolección de Datos

5.1 Validez del Instrumento de Recolección de Datos

Según Hernández, Fernández y Baptista (2006) la validez se refiere al “grado en que un instrumento, en verdad mida la variable que busca medir”. Es por ello, que para comprobar la validez del instrumento se realizó un juicio de expertos, en el cual se seleccionaron a tres especialistas en el área: Carlos Mazquiarán profesor de Comportamiento Organizacional de la UCAB, Adriana Bañez profesora de Gestión del conocimiento: Enfoque organizacional y coordinadora de Relaciones Industriales de la UCAB, y por último, Astrid Aguilar profesora de Sociología I y Coordinadora Administrativa de la Escuela Ciencias Sociales de la UCAB. A dichos expertos se les proporcionó un resumen del planteamiento del problema, los objetivos de la investigación, la operacionalización de las variables, el instrumento de recolección de datos y un instrumento para realizar la validación que se encuentra en los Anexos.

Las sugerencias realizadas por los expertos fueron tomadas en cuenta mejorando así el orden, redacción, eliminando y agregando preguntas al instrumento de recolección de datos.

5.2 Confiabilidad del Instrumento de Recolección de Datos

Para Hernández, Fernández y Baptista (2006) la confiabilidad se refiere al grado en que la aplicación repetida del instrumento al mismo individuo u objeto produce resultados similares. Para ello se realizó una prueba piloto al 14% de la población, siendo seleccionados 8 Voluntarios Corporativos y 2 No Voluntarios de la empresa Ron Santa Teresa C.A. Esta prueba tuvo como objetivo verificar que todo tipo de empleados comprendiera la encuesta, y modificar las preguntas en las que señalaban dudas.

Tabla 7. Alfa de Cronbach.

Alfa de Cronbach	Numero de ítems	Varianza de cada ítem	Varianza total
0,950547305	47	11,48	164,76

El Alfa de Cronbach dio como resultado 0,9505 lo que se considera según la escala de Hernández, Fernández y Baptista, (2006) con una confiabilidad alta.

6. Limitaciones de la Investigación

Al momento de realizar la investigación se tomaron en cuentas las diversas limitaciones que se podían presentar: como el hecho de que los actores no contestaran la encuesta o en el plazo establecido o de forma incompleta o que la empresa no proporcionara las encuestas a todos los trabajadores de la empresa disminuyendo la población de estudio.

CAPÍTULO V: ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

A continuación se presentan los resultados obtenidos de la investigación, los cuales se recogieron a través de la aplicación de encuestas a una muestra de Voluntarios Corporativos y No Voluntarios corporativos de la empresa Ron Santa Teresa C. A, durante los meses agosto – septiembre del 2019.

Los resultados se muestran en tablas y gráficos con el fin de facilitar el análisis en aras de dar respuesta a las preguntas de investigación. En primer lugar se encuentran los datos sociodemográficos de ambas muestras y posteriormente se desarrollan las variables de sentido de pertenencia y desarrollo de competencias con sus respectivos ítems de investigación.

Análisis y Discusión de las Variables Demográficas

Voluntario Corporativo / Género.

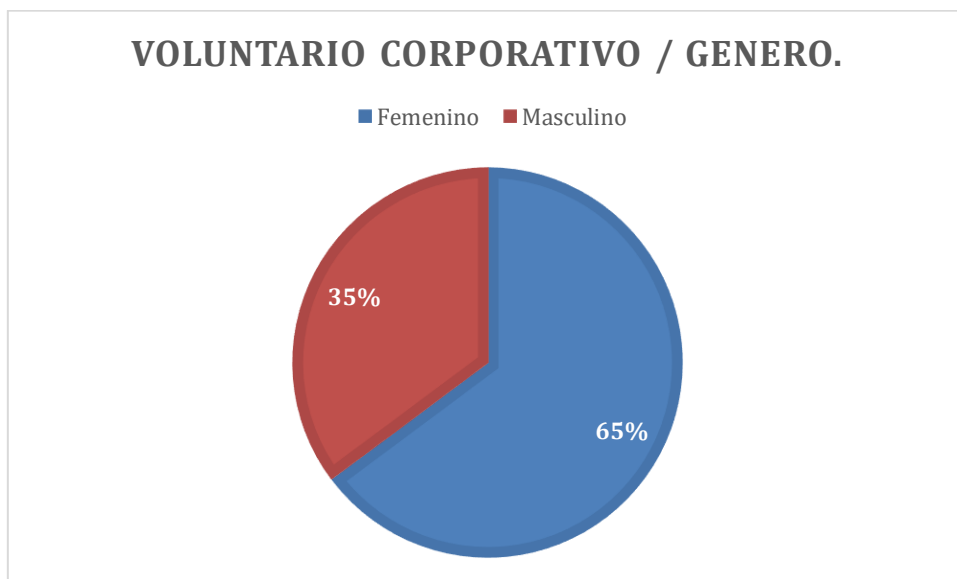


Grafico 1. Porcentaje del género de los Voluntarios Corporativos.

Tabla 8. Porcentaje del género de los Voluntarios Corporativos.

Genero	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	35	65%
Masculino	19	35%

Partiendo de una muestra de 54 Voluntarios Corporativos, se tiene que un 65% de los mismos son de género femenino. Por otro lado, un 35% se presenta como género masculino, tal como se puede observar en la Gráfico 1 y en la Tabla 8.

No Voluntario Corporativo / Género.

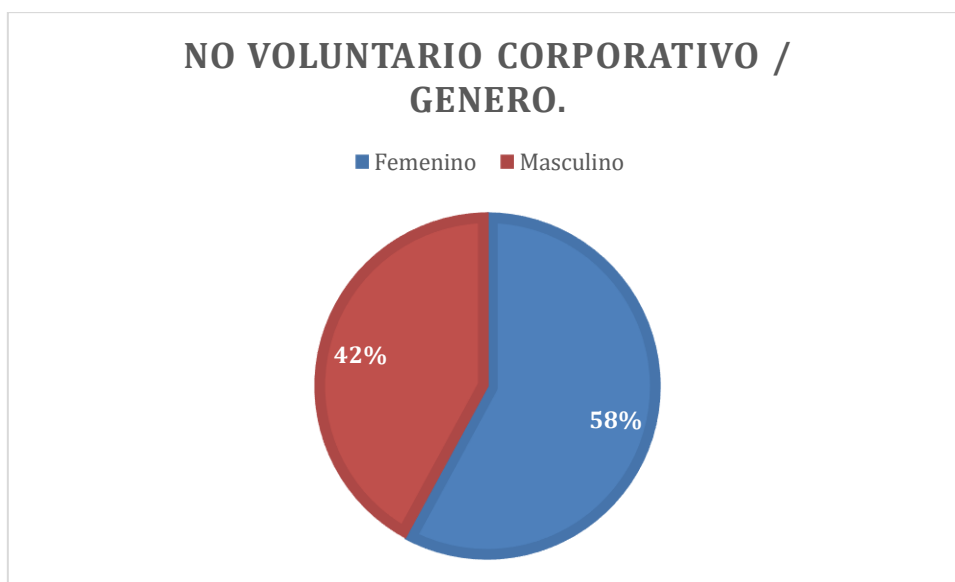


Grafico 2. Porcentaje del género de los No Voluntarios Corporativos.

Tabla 9. Porcentaje del género de los No Voluntarios Corporativos.

Genero	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	11	58%
Masculino	8	42%

Tal como se puede observar en el Gráfico 2 y en la Tabla 9, de la muestra de 19 empleados No Voluntarios Corporativos un 58% de los mismos son de género femenino, por otro lado un 42% son masculinos.

Así como se pudo observar en los análisis previos entre ambas muestras (Voluntarios y No Voluntarios), el género femenino fue dominante entre ambos grupos, lo que puede suponer que hay una alta presencia femenina en la organización.

Voluntario Corporativo / Edades.

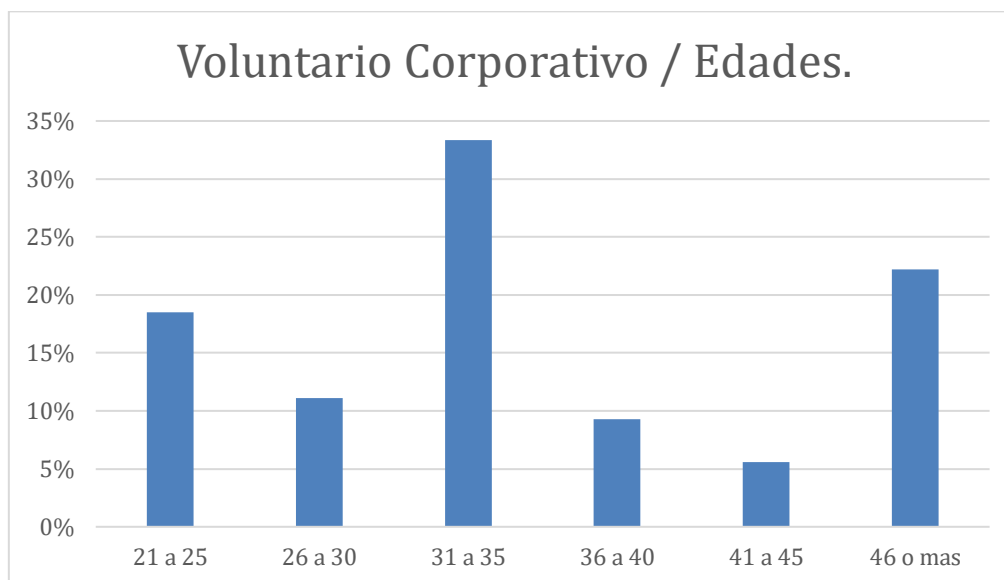


Grafico 3. Porcentaje de las edades de los Voluntarios Corporativos.

Tabla 10. Porcentaje de las edades de los Voluntarios Corporativos.

Edad	Porcentaje	Frecuencia
21 a 25	19%	10
26 a 30	11%	6
31 a 35	33%	18
36 a 40	9%	5
41 a 45	6%	3
46 o más	22%	12

El Gráfico 3 y la Tabla 10 presentan los resultados en cuanto a las edades de la muestra de los 54 Voluntarios Corporativos que hacen vida en los diferentes proyectos de responsabilidad social de la empresa. Resulta importante destacar que los empleados con edades comprendidas entre 31 a 35 años se muestran como los trabajadores con mayor nivel de participación representando el 33% (18 personas), seguidamente los acompañan los comprendidos en el rango de 46 años o más con 22% (12 personas) y posteriormente se encuentran los de 21 a 25 años, 19% (10 personas). En los últimos lugares clasificándolos en una escala de mayor a menor, se encuentran los trabajadores con edades comprendidas

entre 26 a 30 con un 11% (6 personas), 36 a 40, 9% (5 personas) y por último aquellas entre 41 a 45 representando el 6% (3 personas).

No Voluntario Corporativo / Edades.

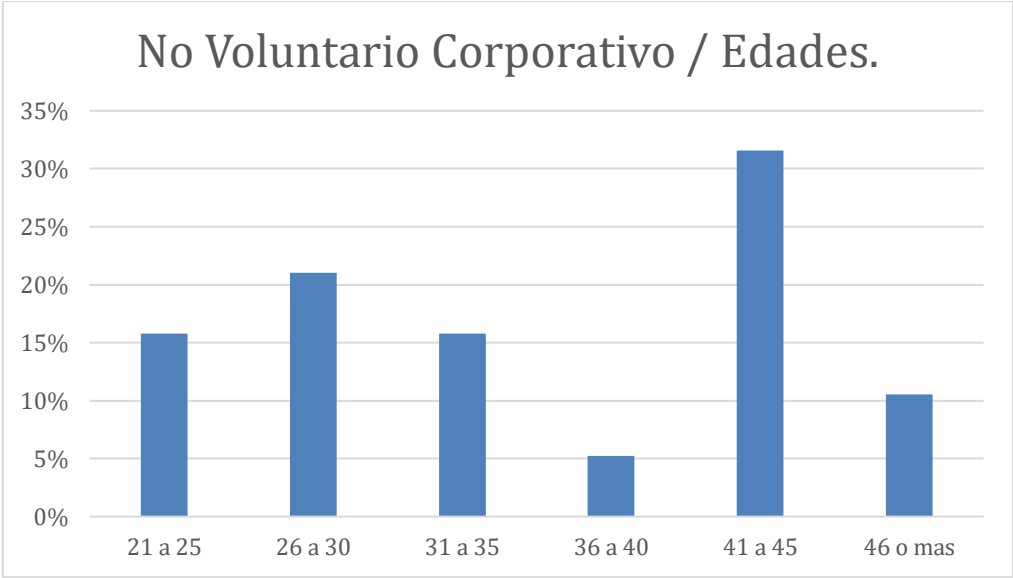


Grafico 4. Porcentaje de las edades de los No Voluntarios Corporativos.

Tabla 11. Porcentaje de las edades de los No Voluntarios Corporativos.

Edades	Porcentaje	Frecuencia
21 a 25	16%	3
26 a 30	21%	4
31 a 35	16%	3
36 a 40	5%	1
41 a 45	32%	6
46 o mas	11%	2

En cuanto a la muestra de los 19 No Voluntarios, se obtuvo que aquellos con edades comprendidas entre 41 y 45 años, representan la mayor cantidad de trabajadores sin vínculo alguno con las labores de responsabilidad social de la empresa, siendo el 32% (6 personas). Seguidamente se encuentran los empleados entre 26 a 32 años ocupando el 21% de la muestra (4 personas). Los trabajadores con un rango de edad entre 31 y 35 años representan el 16% de la muestra (3 personas), obteniendo la misma puntuación que aquellos entre 21 y 25, 16% (3 personas). Posteriormente se encuentran los empleados entre los 46 o más años de edad, los cuales se muestran como el 11% (2 personas) y por último se encuentran aquellos entre 36 a 40 años, representando el 5% (1 persona).

Resulta importante destacar que en el análisis de ambos grupos se evidencia claramente cómo las personas con rango de edad comprendido entre 41 y 45 años se muestran como no participantes de los programas de voluntariado. Sin embargo los resultados no presentan el mismo comportamiento con los empleados con edades comprendidas entre 36 a 40 años.

Voluntario Corporativo / Nivel educativo.

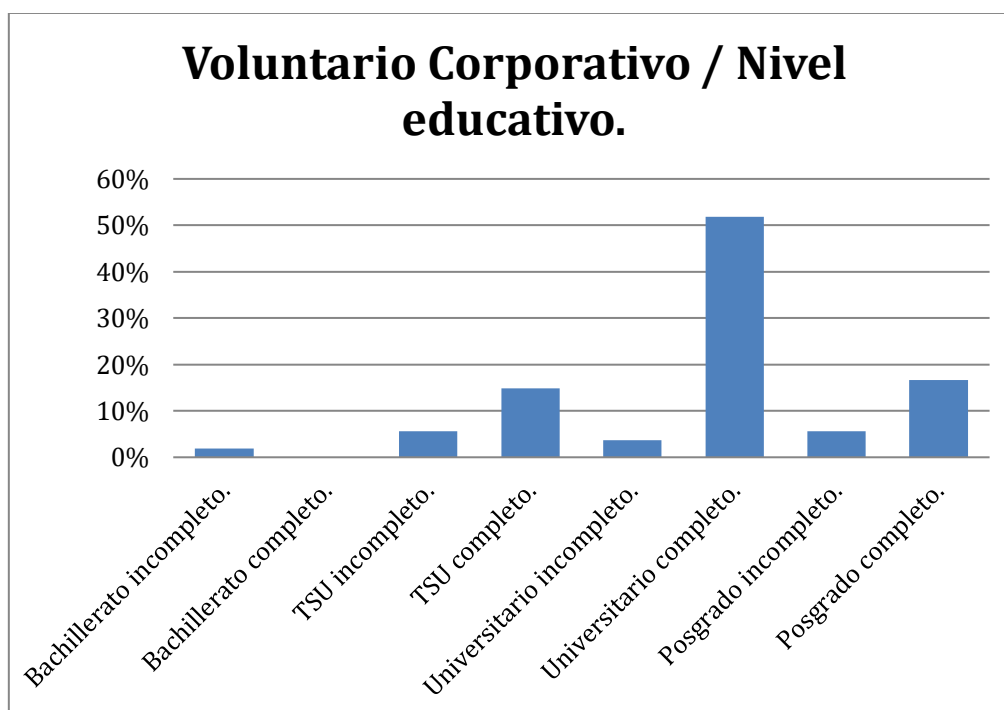


Grafico 5. Porcentaje del nivel educativo de los Voluntarios Corporativos.

Tabla 12. Porcentaje del nivel educativo de los Voluntarios Corporativos.

Nivel educativo	Porcentaje	Frecuencia
Bachillerato incompleto.	2%	1
Bachillerato completo.	0%	0
TSU incompleto.	6%	3
TSU completo.	15%	8
Universitario incompleto.	4%	2
Universitario completo.	52%	28
Posgrado incompleto.	6%	3
Posgrado completo.	17%	9

Partiendo de la muestra de los 54 Voluntarios Corporativos se procedió a evaluar su nivel educativo. En primer lugar, el 52% de la muestra (28 personas) posee una carrera universitaria, mientras que por otro lado un 4% (2 personas) presenta un nivel universitario incompleto. Además, un 17% (9 personas) de los encuestados poseen estudios de posgrado mientras que un 6% (3 personas) no los han culminado. Posteriormente, otro 15% (8 personas) de la muestra posee estudios de TSU completos y así mismo, otro 6% (3 personas) los tienen incompletos. Por último se tiene que un 2% de la muestra (1 persona), posee únicamente estudios de bachillerato.

No Voluntario Corporativo / Nivel educativo.

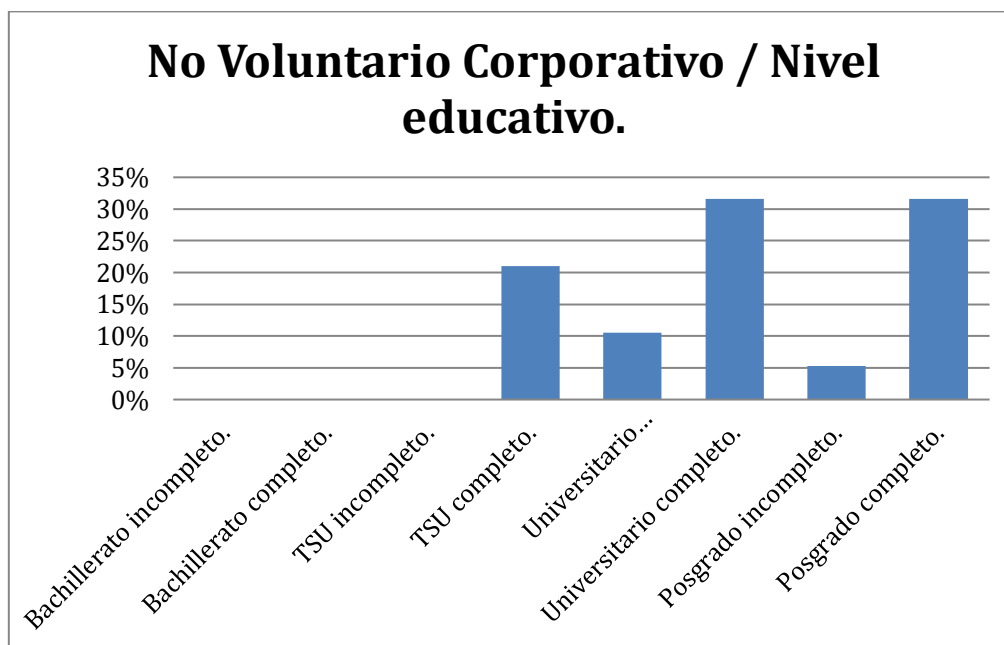


Grafico 6. Porcentaje del nivel educativo de los No Voluntarios Corporativos.

Tabla 13. Porcentaje del nivel educativo de los No Voluntarios Corporativos.

Nivel educativo	Porcentaje	Frecuencia
Bachillerato incompleto.	0%	0
Bachillerato completo.	0%	0
TSU incompleto.	0%	0
TSU completo.	21%	4
Universitario incompleto.	11%	2
Universitario completo.	32%	6
Posgrado incompleto.	5%	1
Posgrado completo.	32%	6

En la muestra de trabajadores No Voluntarios se puede evidenciar que no hay trabajadores con menor nivel de educación que TSU completo. Lo cual resulta un factor característico y diferencial con respecto a los Voluntarios Corporativos. Aquellos trabajadores que presentan estudios de TSU representan el 21% (4 personas) de la muestra, por otro lado, un 11% (2 personas) se clasifica con el nivel de educación universitaria incompleto. Posteriormente el 32% (6 personas) se presenta con niveles de estudio universitario completos y de la misma manera otro 32% (6 personas) tienen estudios de posgrado. En último lugar se encuentra el 5% restante de la muestra, en el cual se encuentra una persona con estudios de posgrado sin culminar.

Voluntario Corporativo / Tiempo en la empresa.



Grafico 7. Porcentaje de la antigüedad en la empresa de los Voluntarios Corporativos.

Tabla 14. Porcentaje de la antigüedad en la empresa de los Voluntarios Corporativos.

Tiempo	Porcentaje	Frecuencia
Más de 1 año y hasta 3 años.	46%	25
Más de 3 años y hasta 5 años.	15%	8
Más de 5 años y hasta 10 años.	20%	11
Más de 10 años y hasta 15 años.	7%	4
Más de 15 años.	11%	6

Resulta interesante destacar el comportamiento de los resultados en cuanto a la variable de antigüedad en la empresa de la muestra de los Voluntarios Corporativos, puesto

que los trabajadores con el mínimo de antigüedad establecido en la escala son los que conforman el mayor número de integrantes del voluntariado. En este sentido, siguiendo un orden de mayor a menor, los empleados que poseen más de 1 año hasta 3 años trabajando en la organización representan un 46% (25 personas) de la muestra; seguidamente se encuentran los trabajadores que tienen más de 5 años y hasta 10 años en la empresa con un 20% (11 personas); posteriormente, los empleados con más de 3 años y hasta 5 años en Ron Santa Teresa representan el 15% (8 personas) de la muestra. Para finalizar, los trabajadores que tienen más de 15 años en la empresa son el 11% (6 personas) y aquellos que tienen más de 10 años y hasta 15 años en la organización representan el 7% (4 personas) de los 54 encuestados.

No Voluntario Corporativo / Tiempo en la empresa.



Grafico 8. Porcentaje de la antigüedad en la empresa de los No Voluntarios Corporativos.

Tabla 15. Porcentaje de la antigüedad en la empresa de los No Voluntarios Corporativos.

Tiempo	Porcentaje	Frecuencia
Más de 1 año y hasta 3 años.	47%	9
Más de 3 años y hasta 5 años.	26%	5
Más de 5 años y hasta 10 años.	0%	0
Más de 10 años y hasta 15 años.	5%	1
Más de 15 años.	0%	0
No contestaron.	21%	4

En este caso, predomina el grupo con menor tiempo en la empresa de acuerdo a la escala establecida para medir la antigüedad en la organización. Aquellos trabajadores con más de un año y hasta 3 años en Ron Santa Teresa representan el 47% (9 personas) de los 19 No Voluntarios. Por otro lado, los que tienen más de 3 años y hasta 5 años en la empresa son el 26% (5 personas) de la muestra. Otro 5% (1 persona) se encuentra en la clasificación de más de 10 años y hasta 15 años en la organización. Por último el 21% restante (4 personas) no contestaron la pregunta en cuestión.

Se puede evidenciar que de los 73 trabajadores encuestados, no existen empleados con más de 15 años en la empresa que no formen parte del voluntariado corporativo. Por otro lado, en el Gráfico 7 se puede observar cómo el voluntariado corporativo se conforma en su gran mayoría por personas con pocos años en la empresa; característica que va de la mano con la edad promedio de la población de la organización.

Voluntario Corporativo / Cargo en la empresa.

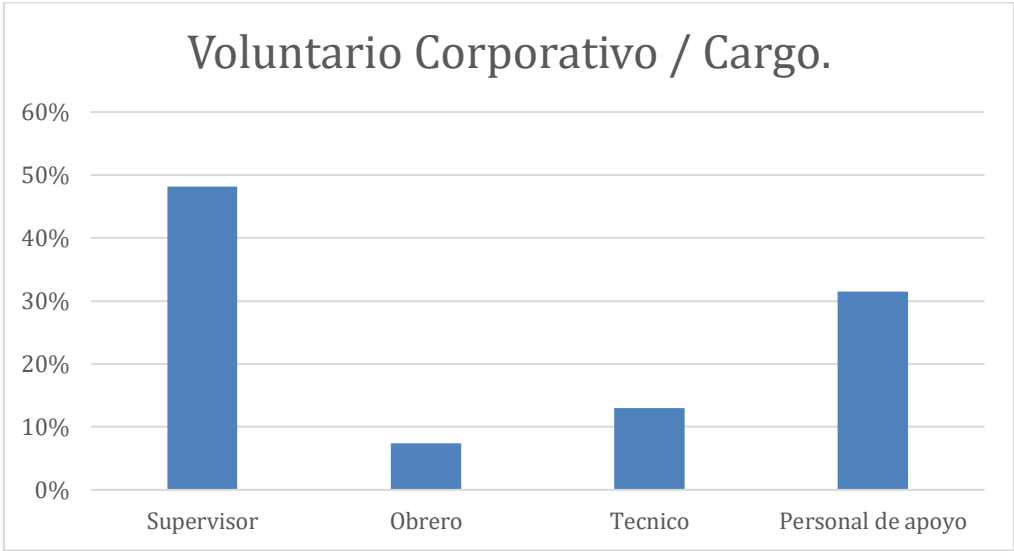


Gráfico 9. Voluntarios Corporativos por tipo de cargo.

Tabla 16. Voluntarios Corporativos por tipo de cargo.

Cargo	Porcentaje	Frecuencia
Supervisor	48%	26
Obrero	7%	4
Técnico	13%	7
Personal de apoyo	31%	17

Para el caso de los 54 Voluntarios Corporativos encuestados se refleja que el grupo más representativo, participe de dichos programas de responsabilidad social está compuesto por los cargos supervisores de la organización, los cuales abarcan el 48% de la muestra (26 personas). Posteriormente se encuentra el grupo de cargos de personal de apoyo, conformando por un 31% (17 personas). Seguidamente se encuentran los cargos técnicos, los cuales representan el 13% de la muestra (7 personas) y por último se encuentran los cargos obreros el 7% de la muestra (4 personas).

No Voluntario Corporativo / Cargo en la empresa.

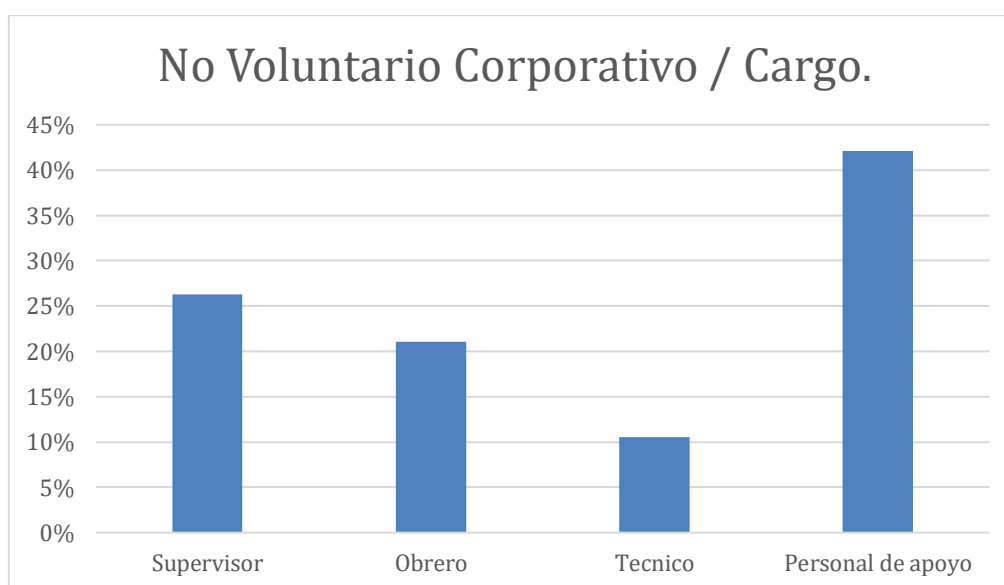


Grafico 10. No Voluntarios Corporativos por tipo de cargo.

Tabla 17. No Voluntarios Corporativos por tipo de cargo.

Cargo	Porcentaje	Frecuencia
Supervisor	26%	5
Obrero	21%	4
Técnico	11%	2
Personal de apoyo	42%	8

Entre los 19 trabajadores No Voluntarios, los resultados obtenidos reflejan que el 42% de la muestra (8 personas) son cargos de personal de apoyo. Seguidamente se encuentran los cargos supervisores, los cuales representan un 26% de la muestra (5 personas). Seguidamente se encuentran los cargos obreros conformando un 21% (4 personas). Por último, un 11% (2 personas) de los encuestados son de cargos técnicos.

Análisis y Discusión de Sentido de Pertenencia

Voluntarios Corporativos

Tabla 18. Dimensión Compromiso / Voluntarios Corporativos.

DIMENSIONES	VOLUNTARIOS CORPORATIVOS				
	SENTIDO DE PERTENENCIA				
	TD	D	I	DA	TA
Compromiso					
Items 1, 4, 6, 7, 11, 13, 17, 19, 20	0%	0%	2%	18%	79%
Identificación					
Items 2, 5, 8, 9, 12, 14, 15, 18, 22	0%	0%	1%	12%	87%
Motivación					
Items 3, 10, 16, 21	1%	1%	2%	31%	65%

En la Tabla 18 se pueden observar los resultados promedio, obtenidos por los Voluntarios Corporativos en la dimensión compromiso. Como puede apreciarse la presencia de la dimensión compromiso, que integra sentido de pertenencia se ubica casi completamente en las opciones “de acuerdo” y “totalmente de acuerdo”, con un 98% de aceptación. A continuación se procederá a realizar un análisis por ítem.

Ítem “1. Me gusta el trabajo que realizo en Ron Santa Teresa” el 94% de los Voluntarios señalaron estar “totalmente de acuerdo” mientras que el 6% restante señaló estar “de acuerdo”.

Ítem “4. Aunque mi superior no me lo pida, me gusta hacer bien mi trabajo” el 96% de los Voluntarios señalaron estar “totalmente de acuerdo” mientras que el 4% restante señaló estar “de acuerdo”.

Ítem “6. Dedico más tiempo a mi trabajo del que me corresponde” el 52% de los Voluntarios señalaron estar “totalmente de acuerdo”, el 35% señaló estar “de acuerdo”, el 11% “indiferente” y el 2% restante señaló estar “en desacuerdo”.

Ítem “7. Tengo un compromiso con Ron Santa Teresa por todo lo que he recibido de ella” el 76% de los Voluntarios señalaron estar “totalmente de acuerdo” mientras que el 24% restante señaló estar “de acuerdo”.

Ítem “11. Muestro lealtad a Ron Santa Teresa en las actividades que realizo” el 98% de los Voluntarios señalaron estar “totalmente de acuerdo” mientras que el 2% restante señaló estar “de acuerdo”.

Ítem “13. Me agrada cumplir con mis obligaciones en la empresa” el 91% de los Voluntarios señalaron estar “totalmente de acuerdo” mientras que el 9% restante señaló estar “de acuerdo”.

Ítem “17. Constantemente me esfuerzo para hacer mejor mi trabajo sin que nadie me lo señale” el 83% de los Voluntarios señalaron estar “totalmente de acuerdo” mientras que el 17% restante señaló estar “de acuerdo”.

Ítem “19. Procuro no faltar a mi trabajo porque la empresa se vería afectada con mi ausencia” el 52% de los Voluntarios señalaron estar “totalmente de acuerdo”, el 37% señaló estar “de acuerdo” y el 11% restante señaló “indiferente”.

Ítem “20. Considero que debo dar lo mejor de mí a la empresa por la oportunidad de trabajar en ella” el 72% de los Voluntarios señalaron estar “totalmente de acuerdo” mientras que el 15% restante señaló estar “de acuerdo”.

Los resultados anteriores evidencian que los Voluntarios Corporativos poseen un alto nivel de compromiso hacia la organización Ron Santa Teresa.

Tabla 19. Dimensión Identificación / Voluntarios Corporativos.

	VOLUNTARIOS CORPORATIVOS				
DIMENSIONES	SENTIDO DE PERTENENCIA				
Compromiso	TD	D	I	DA	TA
Items 1, 4, 6, 7, 11, 13, 17, 19, 20	0%	0%	2%	18%	79%
Identificación	TD	D	I	DA	TA
Items 2, 5, 8, 9, 12, 14, 15, 18, 22	0%	0%	1%	12%	87%
Motivación	TD	D	I	DA	TA
Items 3, 10, 16, 21	1%	1%	2%	31%	65%

En la Tabla 19 se pueden observar los resultados promedio, obtenidos por los Voluntarios Corporativos en la dimensión identificación. Como puede apreciarse la presencia de la dimensión identificación, que integra sentido de pertenencia se ubica casi completamente en las opciones “de acuerdo” y “totalmente de acuerdo”, con un 99% de aceptación. A continuación se procederá a realizar un análisis por ítem.

Ítem “2. Cuando escucho a desconocidos hablar bien de la empresa me siento orgulloso” el 98% de los Voluntarios señalaron estar “totalmente de acuerdo” mientras que el 2% restante señaló estar “totalmente en desacuerdo”.

Ítem “5. Me satisface ver los productos de Ron Santa Teresa como líderes en el mercado” el 98% de los Voluntarios señalaron estar “totalmente de acuerdo” mientras que el 2% restante señaló estar “de acuerdo”.

Ítem “8. De ser posible me gustaría trabajar en Ron Santa Teresa por un largo tiempo” el 81% de los Voluntarios señalaron estar “totalmente de acuerdo” mientras que el 19% restante señaló estar “de acuerdo”.

Ítem “9. Si pudiera traería a mis familiares o amigos a trabajar para Ron Santa Teresa” el 69% de los Voluntarios señalaron estar “totalmente de acuerdo”, el 28% “de acuerdo” y el 4% restante señaló “indiferencia”.

Ítem “12. Me satisface que otras personas sepan que trabajo en Ron Santa Teresa” el 94% de los Voluntarios señalaron estar “totalmente de acuerdo” mientras que el 6% restante señaló estar “de acuerdo”.

Ítem “14. Constantemente hablo de Ron Santa Teresa con familiares y amigos” el 83% de los Voluntarios señalaron estar “totalmente de acuerdo”, el 13% “de acuerdo” y el 4% restante señaló “indiferencia”.

Ítem “15. Me siento cómodo y a gusto de trabajar en Ron Santa Teresa” el 85% de los Voluntarios señalaron estar “totalmente de acuerdo” mientras que el 15% restante señaló estar “de acuerdo”.

Ítem “18. Trabajar en Ron Santa Teresa me hace sentir orgulloso” el 91% de los Voluntarios señalaron estar “totalmente de acuerdo” mientras que el 9% restante señaló estar “de acuerdo”.

Ítem “22. Me siento parte de Ron Santa Teresa aun fuera del horario de trabajo.” el 80% de los Voluntarios señalaron estar “totalmente de acuerdo” mientras que el 20% restante señaló estar “de acuerdo”.

En los análisis anteriores se puede observar que los Voluntarios Corporativos poseen un alto nivel de identificación con la organización Ron Santa Teresa.

Tabla 20. Dimensión Motivación / Voluntarios Corporativos.

	VOLUNTARIOS CORPORATIVOS				
DIMENSIONES	SENTIDO DE PERTENENCIA				
Compromiso	TD	D	I	DA	TA
Items 1, 4, 6, 7, 11, 13, 17, 19, 20	0%	0%	2%	18%	79%
Identificación	TD	D	I	DA	TA
Items 2, 5, 8, 9, 12, 14, 15, 18, 22	0%	0%	1%	12%	87%
Motivación	TD	D	I	DA	TA
Items 3, 10, 16, 21	1%	1%	2%	31%	65%

En la Tabla 20 se pueden observar los resultados promedio, obtenidos por los Voluntarios Corporativos en la dimensión motivación. Como puede apreciarse la presencia de la dimensión motivación, que integra sentido de pertenencia se ubica casi completamente en las opciones “de acuerdo” y “totalmente de acuerdo”, con un 96% de aceptación. A continuación se procederá a realizar un análisis por ítem.

Ítem “3. Pocas veces considero que mi trabajo es monótono o aburrido” el 59% de los Voluntarios señalaron estar “totalmente de acuerdo”, el 31% señaló estar “de acuerdo”, el 2% “indiferencia”, el 2% “en desacuerdo” y el 6% restante señaló estar “totalmente en desacuerdo”.

Ítem “10. Pertenecer a Ron Santa Teresa hace que realice mi mejor esfuerzo” el 69% de los Voluntarios señalaron estar “totalmente de acuerdo”, el 28% “de acuerdo” y el 4% restante señaló “indiferencia”.

Ítem “16. Aunque no reciba reconocimiento de mi jefe, realizo mi trabajo con entusiasmo” el 70% de los Voluntarios señalaron estar “totalmente de acuerdo”, el 26% señalo estar “de acuerdo”, el 2% “indiferencia” y el 2% restante señalo estar “en desacuerdo”.

Ítem “21. Disfruto de la jornada de trabajo.” el 63% de los Voluntarios señalaron estar “totalmente de acuerdo” mientras que el 37% restante dice estar “de acuerdo”.

En las tres dimensiones que pertenecen a sentido de pertenencia se puede observar, que los Voluntarios Corporativos poseen una tendencia hacia la dimensión identificación siendo esta la más alta, unos 8 puntos porcentuales por debajo de la anterior se encuentra la dimensión compromiso y 14 puntos porcentuales por debajo de motivación, se encuentra la dimensión motivación siendo la más baja presencia. En conclusión existe una alta tendencia de sentido de pertenencia en el grupo de voluntariado.

No Voluntarios Corporativos

Tabla 21. Dimensión Compromiso / No Voluntarios Corporativos.

	NO VOLUNTARIOS CORPORATIVOS				
DIMENSIONES	SENTIDO DE PERTENENCIA				
Compromiso	TD	D	I	DA	TA
Items 1, 4, 6, 7, 11, 13, 17, 19, 20	0%	1%	8%	25%	66%
Identificación	TD	D	I	DA	TA
Items 2, 5, 8, 9, 12, 14, 15, 18, 22	0%	3%	9%	16%	73%
Motivación	TD	D	I	DA	TA
Items 3, 10, 16, 21	1%	3%	3%	36%	59%

En la Tabla 21 se pueden observar los resultados promedio, obtenidos por los No Voluntarios Corporativos en la dimensión motivación. Como puede apreciarse la presencia de la dimensión motivación, que integra sentido de pertenencia se ubica casi completamente en las opciones “de acuerdo” y “totalmente de acuerdo”, con un 91% de aceptación. A continuación se procederá a realizar una descripción detallada de los resultados obtenidos por ítem, en conjunto con un análisis comparativo de los resultados obtenidos entre ambos grupos (Voluntarios y No Voluntarios) en cuanto a esta dimensión.

Ítem “1. Me gusta el trabajo que realizo en Ron Santa Teresa” el 58% señalo estar “totalmente de acuerdo”, el 32% estar “de acuerdo”, el 5% “indiferente” y el 5% restante señalo estar “en desacuerdo”. El análisis comparativo de las respuestas obtenidas de ambos grupos demuestra claramente que los Voluntarios Corporativos tienen mejores resultados que los No Voluntarios.

Ítem “4. Aunque mi superior no me lo pida, me gusta hacer bien mi trabajo el 95% señalo estar “totalmente de acuerdo” mientras el 5% restante señalo estar “de acuerdo”. Al analizar los resultados obtenidos se evidencia que la diferencia porcentual entre ambos grupos no es significativa, sin embargo, existe una ligera diferencia en cuanto al desarrollo de los Voluntarios Corporativos.

Ítem “6. Dedico más tiempo a mi trabajo del que me corresponde” el 74% señalo estar “totalmente de acuerdo”, el 4% estar “de acuerdo” y el 5% restante señalo estar “en

desacuerdo”. En este caso los trabajadores No Voluntarios se posicionaron porcentualmente mejor que los Voluntarios Corporativos en cuanto a sus resultados.

Ítem “7. Tengo un compromiso con Ron Santa Teresa por todo lo que he recibido de ella” el 53% señalo estar “totalmente de acuerdo”, el 26% estar “de acuerdo” y el 21% restante señalo estar “en desacuerdo”. El análisis comparativo de las respuestas obtenidas de ambos grupos demuestra claramente que los Voluntarios Corporativos tienen mejores resultados que los No Voluntarios.

Ítem “11. Muestro lealtad a Ron Santa Teresa en las actividades que realizo” el 68% señalo estar “totalmente de acuerdo”, el 26% estar “de acuerdo” y el 5% restante señalo estar “en desacuerdo”. Al analizar dichos resultados se puede evidenciar la diferencia porcentual que existe entre los Voluntarios Corporativos y los trabajadores No Voluntarios, posicionando a los primeros de forma favorable.

Ítem “13. Me agrada cumplir con mis obligaciones en la empresa” el 63% señalo estar “totalmente de acuerdo” y el 37% restante estar “de acuerdo”. El análisis comparativo de las respuestas obtenidas de ambos grupos demuestra claramente que los Voluntarios Corporativos tienen mejores resultados que los No Voluntarios.

Ítem “17. Constantemente me esfuerzo para hacer mejor mi trabajo sin que nadie me lo señale” el 83% de los Voluntarios señalaron estar “totalmente de acuerdo” el 68% señalo estar “totalmente de acuerdo”, el 16% “de acuerdo” y el 16% restante señalo “indiferente”. El análisis de dichos resultados demuestra que en cuanto a la diferencia porcentual de uno y otro, los Voluntarios Corporativos se posicionan mejor con respecto a los trabajadores No Voluntarios.

Ítem “19. Procuro no faltar a mi trabajo porque la empresa se vería afectada con mi ausencia” el 52% de los Voluntarios señalaron estar “totalmente de acuerdo”, el 37% señalo estar “de acuerdo” el 47% señalo estar “totalmente de acuerdo”, el 37% estar “de acuerdo” y el 16% restante señalo “indiferente”. Al analizar dichos resultados se puede evidenciar la diferencia porcentual que existe entre los Voluntarios Corporativos y los trabajadores No Voluntarios, posicionando a los primeros de forma favorable.

Ítem “20. Considero que debo dar lo mejor de mí a la empresa por la oportunidad de trabajar en ella” el 58% señalo estar “totalmente de acuerdo”, el 32% estar “de acuerdo” y el 11% restante señalo “indiferencia”. El análisis comparativo de las respuestas obtenidas de ambos grupos demuestra claramente que los Voluntarios Corporativos tienen mejores resultados que los No Voluntarios.

Se puede observar que los No Voluntarios Corporativos poseen un alto nivel de compromiso con la organización Ron Santa Teresa. Sin embargo al comparar ambos actores, se puede evidenciar que los Voluntarios Corporativos se encuentran 8 puntos porcentuales por encima que los No Voluntarios. En conclusión, los Voluntarios Corporativos poseen un mayor sentido de compromiso.

Tabla 22. Dimensión Identificación / No Voluntarios Corporativos.

	NO VOLUNTARIOS CORPORATIVOS				
DIMENSIONES	SENTIDO DE PERTENENCIA				
Compromiso	TD	D	I	DA	TA
Items 1, 4, 6, 7, 11, 13, 17, 19, 20	0%	1%	8%	25%	66%
Identificación	TD	D	I	DA	TA
Items 2, 5, 8, 9, 12, 14, 15, 18, 22	0%	3%	9%	16%	73%
Motivación	TD	D	I	DA	TA
Items 3, 10, 16, 21	1%	3%	3%	36%	59%

En la Tabla 22 se pueden observar los resultados promedio, obtenidos por los No Voluntarios Corporativos en la dimensión identificación. Como puede apreciarse la presencia de la dimensión identificación, que integra sentido de pertenencia se ubica casi completamente en las opciones “de acuerdo” y “totalmente de acuerdo”, con un 88% de aceptación. A continuación se procederá a realizar una descripción detallada de los resultados obtenidos por ítem, en conjunto con un análisis comparativo de los resultados obtenidos entre ambos grupos (Voluntarios y No Voluntarios) en cuanto a esta dimensión.

Ítem “2. Cuando escucho a desconocidos hablar bien de la empresa me siento orgulloso” el 74% señalo estar “totalmente de acuerdo”, el 11% estar “de acuerdo” y el 16% restante señalo “indiferencia”. El análisis comparativo de las respuestas obtenidas de ambos grupos demuestra claramente que los Voluntarios Corporativos tienen mejores resultados que los No Voluntarios.

Ítem “5. Me satisface ver los productos de Ron Santa Teresa como líderes en el mercado” el 89% señaló estar “totalmente de acuerdo” y el 11% restante señaló “indiferencia”. El análisis de dichos resultados demuestra que en cuanto a la diferencia porcentual de uno y otro, los Voluntarios Corporativos se posicionan mejor con respecto a los trabajadores No Voluntarios.

Ítem “8. De ser posible me gustaría trabajar en Ron Santa Teresa por un largo tiempo” el 81% de los Voluntarios señalaron estar “totalmente de acuerdo” el 74% señaló estar “totalmente de acuerdo”, el 21% estar “de acuerdo” y el 5% restante señaló estar “en desacuerdo”. El análisis comparativo de las respuestas obtenidas de ambos grupos demuestra claramente que los Voluntarios Corporativos tienen mejores resultados que los No Voluntarios.

Ítem “9. Si pudiera traería a mis familiares o amigos a trabajar para Ron Santa Teresa” el 47% señaló estar “totalmente de acuerdo”, el 21% “de acuerdo”, el 21% “indiferencia” y el 11% restante señaló estar “en desacuerdo”. Al analizar dichos resultados se puede evidenciar la diferencia porcentual que existe entre los Voluntarios Corporativos y los trabajadores No Voluntarios, posicionando a los primeros de forma favorable.

Ítem “12. Me satisface que otras personas sepan que trabajo en Ron Santa Teresa” el 68% señaló estar “totalmente de acuerdo”, el 26% estar “de acuerdo” y el 5% restante señaló “indiferencia”. El análisis de dichos resultados demuestra que en cuanto a la diferencia porcentual de uno y otro, los Voluntarios Corporativos se posicionan mejor con respecto a los trabajadores No Voluntarios.

Ítem “14. Constantemente hablo de Ron Santa Teresa con familiares y amigos” el 74% señaló estar “totalmente de acuerdo”, el 16% “de acuerdo” y el 11% restante señaló “indiferencia”. El análisis comparativo de las respuestas obtenidas de ambos grupos demuestra claramente que los Voluntarios Corporativos tienen mejores resultados que los No Voluntarios.

Ítem “15. Me siento cómodo y a gusto de trabajar en Ron Santa Teresa” el 74% señalo estar “totalmente de acuerdo”, el 21% estar “de acuerdo” y el 5% restante señalo estar “en desacuerdo”. Al analizar dichos resultados se puede evidenciar la diferencia porcentual que existe entre los Voluntarios Corporativos y los trabajadores No Voluntarios, posicionando a los primeros de forma favorable.

Ítem “18. Trabajar en Ron Santa Teresa me hace sentir orgulloso” el 84% señalo estar “totalmente de acuerdo”, el 11% estar “de acuerdo” y el 5% restante señalo “indiferencia”. El análisis comparativo de las respuestas obtenidas de ambos grupos demuestra claramente que los Voluntarios Corporativos tienen mejores resultados que los No Voluntarios.

Ítem “22. Me siento parte de Ron Santa Teresa aun fuera del horario de trabajo.” el 63% señalo estar “totalmente de acuerdo”, el 32% estar “de acuerdo” y el 5% restante señalo “indiferencia”. El análisis de dichos resultados demuestra que en cuanto a la diferencia porcentual de uno y otro, los Voluntarios Corporativos se posicionan mejor con respecto a los trabajadores No Voluntarios.

En los análisis anteriores se puede observar que los No Voluntarios Corporativos poseen un alto nivel de identificación con la organización Ron Santa Teresa. Sin embargo al comparar estos resultados con ambos actores, se puede evidenciar que los Voluntarios Corporativos se encuentran 11 puntos porcentuales por encima que los No Voluntarios. En conclusión, los Voluntarios Corporativos poseen un mayor sentido de identificación.

Tabla 23. Dimensión Motivación / No Voluntarios Corporativos.

	NO VOLUNTARIOS CORPORATIVOS				
DIMENSIONES	SENTIDO DE PERTENENCIA				
Compromiso	TD	D	I	DA	TA
Items 1, 4, 6, 7, 11, 13, 17, 19, 20	0%	1%	8%	25%	66%
Identificación	TD	D	I	DA	TA
Items 2, 5, 8, 9, 12, 14, 15, 18, 22	0%	3%	9%	16%	73%
Motivación	TD	D	I	DA	TA
Items 3, 10, 16, 21	1%	3%	3%	36%	59%

En la Tabla 23 se pueden observar los resultados promedio, obtenidos por los No Voluntarios Corporativos en la dimensión motivación. Como puede apreciarse la presencia de la dimensión identificación, que integra sentido de pertenencia se ubica casi completamente en las opciones “de acuerdo” y “totalmente de acuerdo”, con un 93% de aceptación. A continuación se procederá a realizar una descripción detallada de los resultados obtenidos por ítem, en conjunto con un análisis comparativo de los resultados obtenidos entre ambos grupos (Voluntarios y No Voluntarios) en cuanto a esta dimensión.

Ítem “3. Pocas veces considero que mi trabajo es monótono o aburrido” el 42% señalo estar “totalmente de acuerdo”, el 47% estar “de acuerdo”, el 5% “indiferencia” y el 5% restante señalo estar “totalmente en desacuerdo”. El análisis comparativo de las respuestas obtenidas de ambos grupos demuestra claramente que los Voluntarios Corporativos tienen mejores resultados que los No Voluntarios.

Ítem “10. Pertenecer a Ron Santa Teresa hace que realice mi mejor esfuerzo” el 58% señalo estar “totalmente de acuerdo” mientras que el 42% restante señalo estar “de acuerdo”. Al analizar dichos resultados se puede evidenciar la diferencia porcentual que existe entre los Voluntarios Corporativos y los trabajadores No Voluntarios, posicionando a los primeros de forma favorable.

Ítem “16. Aunque no reciba reconocimiento de mi jefe, realizo mi trabajo con entusiasmo” el 74% señalo estar “totalmente de acuerdo”, el 21% estar “de acuerdo” y el 5% restante señalo “indiferencia. Al analizar los resultados obtenidos se evidencia que la diferencia porcentual entre ambos grupos no es significativa, sin embargo, existe una ligera diferencia en cuanto al desarrollo de los Voluntarios Corporativos.

Ítem “21. Disfruto de la jornada de trabajo.” el 63% señalo estar “totalmente de acuerdo”, el 32% estar “de acuerdo” y el 5% restante señalo estar “en desacuerdo”. Al analizar los resultados obtenidos se evidencia que la diferencia porcentual entre ambos grupos no es significativa, sin embargo, existe una ligera diferencia en cuanto al desarrollo de los Voluntarios Corporativos.

En los análisis anteriores se puede observar que los No Voluntarios Corporativos poseen un alto nivel de motivación con la organización Ron Santa Teresa. Sin embargo al

comparar estos resultados con ambos actores, se puede evidenciar que los Voluntarios Corporativos se encuentran 3 puntos porcentuales por encima que los No Voluntarios. En conclusión, los Voluntarios Corporativos poseen un mayor sentido de motivación.

Voluntarios Corporativos y No Voluntarios Corporativos.

Tabla 24. Sentido de Pertenencia / Voluntarios Corporativos.

	VOLUNTARIOS CORPORATIVOS				
DIMENSIONES	SENTIDO DE PERTENENCIA				
Compromiso	TD	D	I	DA	TA
Items 1, 4, 6, 7, 11, 13, 17, 19, 20	0%	0%	2%	18%	79%
Identificación	TD	D	I	DA	TA
Items 2, 5, 8, 9, 12, 14, 15, 18, 22	0%	0%	1%	12%	87%
Motivación	TD	D	I	DA	TA
Items 3, 10, 16, 21	1%	1%	2%	31%	65%

Tabla 25. Sentido de Pertenencia / No Voluntarios Corporativos.

	NO VOLUNTARIOS CORPORATIVOS				
DIMENSIONES	SENTIDO DE PERTENENCIA				
Compromiso	TD	D	I	DA	TA
Items 1, 4, 6, 7, 11, 13, 17, 19, 20	0%	1%	8%	25%	66%
Identificación	TD	D	I	DA	TA
Items 2, 5, 8, 9, 12, 14, 15, 18, 22	0%	3%	9%	16%	73%
Motivación	TD	D	I	DA	TA
Items 3, 10, 16, 21	1%	3%	3%	36%	59%

Luego de realizar una revisión individual de cada uno de los ítems desarrollados en cada dimensión, se procedió a analizar de manera global las valoraciones porcentuales de la presencia de sentido de pertenencia en los Voluntarios en comparación con los No Voluntarios; Como se puede observar en la Tabla 24 y 25, el nivel de sentido de pertenencia de los Voluntarios Corporativos es más alto que el nivel de pertenencia de los No Voluntarios Corporativos. En la variable compromiso las categorías de respuesta de acuerdo y completamente de acuerdo obtuvieron 98 puntos en comparación a 91 en los No Voluntarios; en identificación la variación es aún mayor, 99 puntos de los Voluntarios contra 88 en los No Voluntarios, y en cuanto a motivación se puede apreciar que la puntuación es mayor aunque con una diferencia poco significativa, 96 en los Voluntarios y

93 en los No Voluntarios. Aun cuando todas las dimensiones tienen un alto nivel de presencia, es decir que en general los trabajadores de Ron Santa Teresa tienen valores significativos de sentido de pertenencia, este es mayor en los trabajadores voluntarios de sus programas de responsabilidad social; este hecho afirma la teoría de Garay y Mazzilli (2003) en la cual indican que el voluntariado aumenta el sentido de pertenencia hacia la organización.

Análisis y Discusión de Desarrollo de Competencias

Voluntarios Corporativos

Tabla 26. Dimensión Optimismo – Entusiasmo / Voluntarios Corporativos.

	VOLUNTARIOS CORPORATIVOS				
DIMENSIONES	DESARROLLO DE COMPETENCIAS				
Optimismo / Entusiasmo	TD	D	I	DA	TA
Items 1, 6, 11, 16, 21	0%	0%	1%	28%	71%
Flexibilidad	TD	D	I	DA	TA
Items 2, 7, 12, 17, 22	0%	0%	0%	26%	74%
Trabajo en Equipo	TD	D	I	DA	TA
Items 3, 8, 13, 18, 23	0%	0%	3%	21%	76%
Comunicación Interpersonal	TD	D	I	DA	TA
Items 4, 9, 14, 19, 24	0%	0%	1%	26%	73%
Liderazgo	TD	D	I	DA	TA
Items 5, 10, 15, 20, 25	0%	2%	3%	25%	70%

En la Tabla 26 se pueden observar los resultados promedio, obtenidos por los Voluntarios Corporativos en la dimensión optimismo – entusiasmo. Como puede apreciarse la presencia de la dimensión optimismo – entusiasmo, que integra desarrollo de competencias se ubica casi completamente en las opciones “de acuerdo” y “totalmente de acuerdo”, con un 99% de aceptación. A continuación se procederá a realizar un análisis por ítem.

Ítem “1. Afronto con entusiasmo la realización de mis funciones y tareas”, el 76% de los Voluntarios Corporativos señalaron estar “totalmente de acuerdo”, mientras que por otro lado el 24% restante respondió “de acuerdo”.

Ítem “6. Muestro una disposición positiva para realizar mis funciones y tareas”, un 85% de los Voluntarios Corporativos señala que están “totalmente de acuerdo” mientras que el 15% restante dice estar “de acuerdo”.

Ítem “11. Mantengo la calma en situaciones difíciles”, un 50% de los Voluntarios Corporativos señalan estar “totalmente de acuerdo”, por otro lado un 46% dice estar “de acuerdo”, un 2% se muestra “indiferente” y el otro 2% restante responde “en desacuerdo”.

Ítem “16. A pesar de los errores o dificultades me mantengo con una visión positiva”, un 70% de los Voluntarios Corporativos se muestran como “totalmente de acuerdo”, así mismo otro 28% señaló estar “de acuerdo”, mientras que el 2% restante se mostró “indiferente”.

Ítem “21. Motivo a mis compañeros de trabajo” el 72% de los Voluntarios Corporativos respondió “totalmente de acuerdo” mientras que el 28% restante contestó “de acuerdo”.

En los análisis anteriores se puede observar que los Voluntarios Corporativos de la empresa Ron Santa Teresa, poseen un alto nivel desarrollo de la competencia optimismo – entusiasmo.

Tabla 27. Dimensión Flexibilidad / Voluntarios Corporativos.

	VOLUNTARIOS CORPORATIVOS				
DIMENSIONES	DESARROLLO DE COMPETENCIAS				
Optimismo / Entusiasmo	TD	D	I	DA	TA
Items 1, 6, 11, 16, 21	0%	0%	1%	28%	71%
Flexibilidad	TD	D	I	DA	TA
Items 2, 7, 12, 17, 22	0%	0%	0%	26%	74%
Trabajo en Equipo	TD	D	I	DA	TA
Items 3, 8, 13, 18, 23	0%	0%	3%	21%	76%
Comunicación Interpersonal	TD	D	I	DA	TA
Items 4, 9, 14, 19, 24	0%	0%	1%	26%	73%
Liderazgo	TD	D	I	DA	TA
Items 5, 10, 15, 20, 25	0%	2%	3%	25%	70%

En la Tabla 27 se pueden observar los resultados promedio, obtenidos por los Voluntarios Corporativos en la dimensión flexibilidad. Como puede apreciarse la presencia de la dimensión flexibilidad, que integra desarrollo de competencias se ubica casi completamente en las opciones “de acuerdo” y “totalmente de acuerdo”, con un 100% de aceptación. A continuación se procederá a realizar un análisis por ítem.

Ítem “2. Acepto ideas y sugerencias de otros”, los Voluntarios Corporativos respondieron en un 78% “totalmente de acuerdo” y en un 22% “de acuerdo”.

Ítem “7. Muestro apertura a los cambios y a las situaciones” el 74% de los Voluntarios Corporativos respondió estar “totalmente de acuerdo”, otro 24% “de acuerdo” y un 2% restante se mostró “indiferente”.

Ítem “12. Me adapto a nuevas situaciones y equipos de trabajo” los resultados en cuanto a los Voluntarios y No Voluntarios varía según sus resultados porcentuales. En primer lugar, un 74% de los Voluntarios señala estar “totalmente de acuerdo” y el otro 26% responde estar “de acuerdo”.

Ítem “17. Promuevo ayudar en el área laboral”, los Voluntarios Corporativos señalaron que un 76% de ellos se encuentra “totalmente de acuerdo” mientras que el 24% restante señaló “de acuerdo”.

Ítem “22. Propongo mejoras” el 67% de los Voluntarios Corporativos dice estar “totalmente de acuerdo”, 31% se muestra “de acuerdo” y el 2% contesta “indiferente”.

En los análisis anteriores se puede observar que los Voluntarios Corporativos de la empresa Ron Santa Teresa, poseen un alto nivel desarrollo de la competencia flexibilidad.

Tabla 28. Dimensión Trabajo en equipo / Voluntarios Corporativos.

DIMENSIONES	VOLUNTARIOS CORPORATIVOS				
	DESARROLLO DE COMPETENCIAS				
Optimismo / Entusiasmo	TD	D	I	DA	TA
Items 1, 6, 11, 16, 21	0%	0%	1%	28%	71%
Flexibilidad	TD	D	I	DA	TA
Items 2, 7, 12, 17, 22	0%	0%	0%	26%	74%
Trabajo en Equipo	TD	D	I	DA	TA
Items 3, 8, 13, 18, 23	0%	0%	3%	21%	76%
Comunicación Interpersonal	TD	D	I	DA	TA
Items 4, 9, 14, 19, 24	0%	0%	1%	26%	73%
Liderazgo	TD	D	I	DA	TA
Items 5, 10, 15, 20, 25	0%	2%	3%	25%	70%

En la Tabla 28 se pueden observar los resultados promedio, obtenidos por los Voluntarios Corporativos en la dimensión trabajo en equipo. Como puede apreciarse la

presencia de la dimensión trabajo en equipo, que integra desarrollo de competencias se ubica casi completamente en las opciones “de acuerdo” y “totalmente de acuerdo”, con un 97% de aceptación. A continuación se procederá a realizar un análisis por ítem.

Ítem “3. Ayudo al resto del equipo” los Voluntarios Corporativos se muestran en un 89% “totalmente de acuerdo” mientras que por otro lado, el 11% restante se muestra “de acuerdo”.

Ítem “8. Me integro en equipos de trabajo”, las puntuaciones porcentuales entre ambos grupos se muestran muy parejas. En primer lugar, un 85% de los Voluntarios Corporativos señalan que están “totalmente de acuerdo”, mientras que por otro lado el 15% restante señala estar “de acuerdo”.

Ítem “13. Comparto el éxito de los logros con otras personas” ambos grupos presentan la misma puntuación porcentual. Un 74% de los Voluntarios Corporativos se muestran “totalmente de acuerdo”, otro 24% “de acuerdo” y por último un 2% “indiferente”.

Ítem “18. Le doy prioridad a los intereses comunes ante mis propios intereses u objetivos individuales” los Voluntarios Corporativos se dividen en 56% “totalmente de acuerdo”, 33% “de acuerdo”, 9% “indiferente” y 2% “en desacuerdo”.

Ítem “23. Muestro iniciativa para alcanzar los objetivos comunes”, un 76% de los Voluntarios respondió “totalmente de acuerdo”, así mismo otro 22% respondió “de acuerdo” y por último un 2% se mostró “indiferente”.

En los análisis anteriores se puede observar que los Voluntarios Corporativos de la empresa Ron Santa Teresa, poseen un alto nivel desarrollo de la competencia trabajo en equipo.

Tabla 29. Dimensión Comunicación Interpersonal / Voluntarios Corporativos.

	VOLUNTARIOS CORPORATIVOS				
DIMENSIONES	DESARROLLO DE COMPETENCIAS				
Optimismo / Entusiasmo	TD	D	I	DA	TA
Items 1, 6, 11, 16, 21	0%	0%	1%	28%	71%
Flexibilidad	TD	D	I	DA	TA
Items 2, 7, 12, 17, 22	0%	0%	0%	26%	74%
Trabajo en Equipo	TD	D	I	DA	TA
Items 3, 8, 13, 18, 23	0%	0%	3%	21%	76%
Comunicación Interpersonal	TD	D	I	DA	TA
Items 4, 9, 14, 19, 24	0%	0%	1%	26%	73%
Liderazgo	TD	D	I	DA	TA
Items 5, 10, 15, 20, 25	0%	2%	3%	25%	70%

En la Tabla 29 se pueden observar los resultados promedio, obtenidos por los Voluntarios Corporativos en la dimensión comunicación interpersonal. Como puede apreciarse la presencia de la dimensión comunicación interpersonal, que integra desarrollo de competencias se ubica casi completamente en las opciones “de acuerdo” y “totalmente de acuerdo”, con un 99% de aceptación. A continuación se procederá a realizar un análisis por ítem.

Ítem “4. Escucho a los demás y siempre me pongo en el lugar de los otros”, los integrantes del voluntariado corporativo se muestran en un 74% “totalmente de acuerdo”, 24% “de acuerdo” y 2% “indiferente”.

Ítem “9. Defiendo mi opinión o posición de forma clara” un 78% de los Voluntarios Corporativos señalan estar “totalmente de acuerdo”, mientras que otro 22% dice estar “de acuerdo”.

Ítem “14. Tomo en cuenta la opinión o posición de los demás de forma agradable” los Voluntarios Corporativos dicen estar “totalmente de acuerdo” en un 76%, mientras que el 24% restante dice estar “de acuerdo”.

Ítem “19. Se comunica con los demás de forma respetuosa”, los Voluntarios Corporativos señalan que están “totalmente de acuerdo” en un 72%, mientras que el 28% restante dice estar “de acuerdo”.

Ítem “24. Mi comportamiento influye en mis compañeros de forma positiva” un 63% de los Voluntarios Corporativos señala estar “totalmente de acuerdo”, seguidamente 33% está en desacuerdo, 2% se muestra “indiferente” y 2% está en “desacuerdo”.

En los análisis anteriores se puede observar que los Voluntarios Corporativos de la empresa Ron Santa Teresa, poseen un alto nivel desarrollo de la competencia comunicación interpersonal.

Tabla 30. Dimensión Liderazgo / Voluntarios Corporativos.

	VOLUNTARIOS CORPORATIVOS				
DIMENSIONES	DESARROLLO DE COMPETENCIAS				
Optimismo / Entusiasmo	TD	D	I	DA	TA
Items 1, 6, 11, 16, 21	0%	0%	1%	28%	71%
Flexibilidad	TD	D	I	DA	TA
Items 2, 7, 12, 17, 22	0%	0%	0%	26%	74%
Trabajo en Equipo	TD	D	I	DA	TA
Items 3, 8, 13, 18, 23	0%	0%	3%	21%	76%
Comunicación Interpersonal	TD	D	I	DA	TA
Items 4, 9, 14, 19, 24	0%	0%	1%	26%	73%
Liderazgo	TD	D	I	DA	TA
Items 5, 10, 15, 20, 25	0%	2%	3%	25%	70%

En la Tabla 30 se pueden observar los resultados promedio, obtenidos por los Voluntarios Corporativos en la dimensión liderazgo. Como puede apreciarse la presencia de la dimensión liderazgo, que integra desarrollo de competencias se ubica casi completamente en las opciones “de acuerdo” y “totalmente de acuerdo”, con un 95% de aceptación. A continuación se procederá a realizar un análisis por ítem.

Ítem “5. Asumo la iniciativa cuando la situación lo requiere” el 80% de los Voluntarios Corporativos respondió “totalmente de acuerdo”, así mismo el otro 20% señala estar “de acuerdo”.

Ítem “10. Asumo tareas o funciones que sean necesarias aunque no me correspondan” los Voluntarios Corporativos se clasifican en 67% “totalmente de acuerdo”, 26% “de acuerdo”, 6% “indiferente” y 2% “en desacuerdo”.

Ítem“15. Mantengo una alta motivación”, el 70% de los Voluntarios Corporativos señalaron estar “totalmente de acuerdo”, un 26% “de acuerdo” y por último un 4% se muestra “indiferente”.

Ítem“20. Tengo confianza y seguridad en mí mismo” un 87% de los Voluntarios Corporativos señaló estar “totalmente de acuerdo”, seguidamente el 13% restante respondió “de acuerdo”.

Ítem “25. Puedo coordinar el trabajo de otros”, los Voluntarios Corporativos respondieron en un 30% “totalmente de acuerdo”, posteriormente 50% “de acuerdo”, 7% “indiferente y 13% “en desacuerdo”.

En los análisis anteriores se puede observar que los Voluntarios Corporativos de la empresa Ron Santa Teresa, poseen un alto nivel desarrollo de la competencia liderazgo.

No Voluntarios Corporativos

Tabla 31. Dimensión Optimismo – Entusiasmo / No Voluntarios Corporativos.

	NO VOLUNTARIOS CORPORATIVOS				
DIMENSIONES	DESARROLLO DE COMPETENCIAS				
Optimismo / Entusiasmo	TD	D	I	DA	TA
Items 1, 6, 11, 16, 21	0%	1%	8%	30%	61%
Flexibilidad	TD	D	I	DA	TA
Items 2, 7, 12, 17, 22	0%	0%	2%	41%	57%
Trabajo en Equipo	TD	D	I	DA	TA
Items 3, 8, 13, 18, 23	0%	0%	3%	27%	69%
Comunicación Interpersonal	TD	D	I	DA	TA
Items 4, 9, 14, 19, 24	0%	1%	3%	17%	79%
Liderazgo	TD	D	I	DA	TA
Items 5, 10, 15, 20, 25	0%	3%	2%	28%	66%

En la Tabla 31 se pueden observar los resultados promedio, obtenidos por los No Voluntarios Corporativos en la dimensión optimismo – entusiasmo. Como puede apreciarse, la presencia de la dimensión optimismo – entusiasmo que integra desarrollo de competencias, se ubica casi completamente en las opciones “de acuerdo” y “totalmente de acuerdo”, con un 91% de aceptación. A continuación se procederá a realizar una

descripción detallada de los resultados obtenidos por ítem, en conjunto con un análisis comparativo de los resultados obtenidos entre ambos grupos (Voluntarios y No Voluntarios) en cuanto a esta dimensión.

Ítem “1. Afronto con entusiasmo la realización de mis funciones y tareas”, en el caso de los trabajadores No Voluntarios, un 58% señala estar “totalmente de acuerdo”, otro 37% se muestra “de acuerdo” y por último, el 5% restante se posiciona como indiferente” a la pregunta. Al comparar el valor porcentual de los resultados de los ambos grupos, puede evidenciarse que los Voluntarios Corporativos tienen mejores valoraciones que los No Voluntarios.

Ítem “6. Muestro una disposición positiva para realizar mis funciones y tareas” el 74% de los trabajadores No Voluntarios señalan estar “totalmente de acuerdo”, el 21% dice estar “de acuerdo” y por último el 5% restante se muestra como “indiferente”. El análisis comparativo de las respuestas obtenidas de ambos grupos demuestra claramente que los Voluntarios Corporativos tienen mejores resultados que los No Voluntarios.

Ítem “11. Mantengo la calma en situaciones difíciles” el 42% de los trabajadores No Voluntarios responde estar “totalmente de acuerdo”, un 36% “de acuerdo”, 21% “indiferente” y por último el 5% restante responde “en desacuerdo”. Al analizar dichos datos, se puede concluir que a pesar de que no existe una gran diferencia entre ambos grupos, los Voluntarios Corporativos presentan mejores valoraciones que los trabajadores No Voluntarios.

Ítem “16. A pesar de los errores o dificultades me mantengo con una visión positiva” en cuanto a los No Voluntarios, el 68% de los mismos respondió “totalmente de acuerdo” y otro 32% “de acuerdo”. Al analizar los resultados obtenidos se evidencia que la diferencia porcentual entre ambos grupos no es significativa, sin embargo, existe una ligera diferencia en cuanto al desarrollo de los Voluntarios Corporativos.

Ítem “21. Motivo a mis compañeros de trabajo” se obtuvo que un 74% de los No Voluntarios señaló estar “totalmente de acuerdo” con la pregunta y el 26% restante respondió “de acuerdo”. En este caso los trabajadores No Voluntarios se posicionaron porcentualmente mejor que los Voluntarios Corporativos en cuanto a sus resultados.

En los análisis anteriores se puede observar que los No Voluntarios Corporativos poseen un alto nivel de desarrollo de la competencia optimismo – entusiasmo con la organización Ron Santa Teresa. Sin embargo al comparar estos resultados con ambos actores, se puede evidenciar que los Voluntarios Corporativos se encuentran 8 puntos porcentuales por encima que los No Voluntarios. En conclusión, los Voluntarios Corporativos poseen un mayor nivel de optimismo – entusiasmo.

Tabla 32. Dimensión Flexibilidad / No Voluntarios Corporativos.

	NO VOLUNTARIOS CORPORATIVOS				
DIMENSIONES	DESARROLLO DE COMPETENCIAS				
Optimismo / Entusiasmo	TD	D	I	DA	TA
Items 1, 6, 11, 16, 21	0%	1%	8%	30%	61%
Flexibilidad	TD	D	I	DA	TA
Items 2, 7, 12, 17, 22	0%	0%	2%	41%	57%
Trabajo en Equipo	TD	D	I	DA	TA
Items 3, 8, 13, 18, 23	0%	0%	3%	27%	69%
Comunicación Interpersonal	TD	D	I	DA	TA
Items 4, 9, 14, 19, 24	0%	1%	3%	17%	79%
Liderazgo	TD	D	I	DA	TA
Items 5, 10, 15, 20, 25	0%	3%	2%	28%	66%

En la Tabla 32 se pueden observar los resultados promedio, obtenidos por los No Voluntarios Corporativos en la dimensión flexibilidad. Como puede apreciarse, la presencia de la dimensión flexibilidad que integra desarrollo de competencias, se ubica casi completamente en las opciones “de acuerdo” y “totalmente de acuerdo”, con un 98% de aceptación. A continuación se procederá a realizar una descripción detallada de los resultados obtenidos por ítem, en conjunto con un análisis comparativo de los resultados obtenidos entre ambos grupos (Voluntarios y No Voluntarios) en cuanto a esta dimensión.

Ítem “2. Acepto ideas y sugerencias de otros” un 53% de trabajadores No Voluntarios señaló estar “totalmente de acuerdo” mientras que el 47% restante dijo estar “de acuerdo”. Al analizar dichos resultados se puede evidenciar la diferencia porcentual que existe entre los Voluntarios Corporativos y los trabajadores No Voluntarios, posicionando a los primeros de forma favorable.

Ítem “7. Muestro apertura a los cambios y a las situaciones” un 74% señaló estar “totalmente de acuerdo”, por otro lado un 21% contestó estar “de acuerdo” y por último 5% respondió “indiferente”. En esta situación, los datos reflejan paridad entre ambos grupos, pudiendo concluir que en el caso de este ítem no existe diferencia en cuanto a sus valoraciones.

Ítem “12. Me adapto a nuevas situaciones y equipos de trabajo” el 53% de ellos responde estar “totalmente de acuerdo” y por último el 47% se muestra “de acuerdo”. El análisis de dichos resultados demuestra que en cuanto a la diferencia porcentual de uno y otro, los Voluntarios Corporativos se posicionan mejor con respecto a los trabajadores No Voluntarios.

Ítem “17. Promuevo ayudar en el área laboral” los No Voluntarios señalan estar 37% “totalmente de acuerdo” y 63% “de acuerdo”. Al realizar la comparación de ambos grupos se puede observar una diferencia significativa en cuanto a la variación porcentual de uno y otro, evidenciándose que los trabajadores que realizan voluntariado corporativo poseen mejores valoraciones.

Ítem “22. Propongo mejoras” 68% de los No Voluntarios responde “totalmente de acuerdo”, otro 26% “de acuerdo” y por último el 5% restante se clasifica como “indiferente”. Al analizar los datos obtenidos se puede concluir que existió cierto nivel de paridad entre ambos grupos. Sin embargo, los trabajadores No Voluntarios de la organización se posicionan un poco mejor frente a los Voluntarios en cuanto a sus resultados.

En los análisis anteriores se puede observar que los No Voluntarios Corporativos poseen un alto nivel de desarrollo de la competencia flexibilidad con la organización Ron Santa Teresa. Sin embargo al comparar estos resultados con ambos actores, se puede evidenciar que los Voluntarios Corporativos se encuentran 2 puntos porcentuales por encima que los No Voluntarios. En conclusión, a pesar de que no existe una diferencia altamente significativa, los Voluntarios Corporativos poseen un mayor nivel de flexibilidad.

Tabla 33. Dimensión Trabajo en Equipo / No Voluntarios Corporativos.

	NO VOLUNTARIOS CORPORATIVOS				
DIMENSIONES	DESARROLLO DE COMPETENCIAS				
Optimismo / Entusiasmo	TD	D	I	DA	TA
Items 1, 6, 11, 16, 21	0%	1%	8%	30%	61%
Flexibilidad	TD	D	I	DA	TA
Items 2, 7, 12, 17, 22	0%	0%	2%	41%	57%
Trabajo en Equipo	TD	D	I	DA	TA
Items 3, 8, 13, 18, 23	0%	0%	3%	27%	69%
Comunicación Interpersonal	TD	D	I	DA	TA
Items 4, 9, 14, 19, 24	0%	1%	3%	17%	79%
Liderazgo	TD	D	I	DA	TA
Items 5, 10, 15, 20, 25	0%	3%	2%	28%	66%

En la Tabla 33 se pueden observar los resultados promedio, obtenidos por los No Voluntarios Corporativos en la dimensión trabajo en equipo. Como puede apreciarse, la presencia de la dimensión trabajo en equipo que integra desarrollo de competencias, se ubica casi completamente en las opciones “de acuerdo” y “totalmente de acuerdo”, con un 96% de aceptación. A continuación se procederá a realizar una descripción detallada de los resultados obtenidos por ítem, en conjunto con un análisis comparativo de los resultados obtenidos entre ambos grupos (Voluntarios y No Voluntarios) en cuanto a esta dimensión.

Ítem “3. Ayudo al resto del equipo” el 79% de ellos respondió estar “totalmente de acuerdo” y el 21% restante dijo estar “de acuerdo”. Dichos resultados permiten concluir que de acuerdo al valor porcentual de los resultados de ambos grupos, los Voluntarios Corporativos presentan una mejor valoración que los No Voluntarios.

Ítem “8. Me integro en equipos de trabajo” los No Voluntarios responden que 84% de ellos está totalmente de acuerdo” y otro 16% “de acuerdo”. El análisis de la comparación porcentual demuestra que existe una ligera diferencia entre ambos grupos, sin embargo los Voluntarios Corporativos se muestran mejor posicionados en cuanto a sus valoraciones.

Ítem “13. Comparto el éxito de los logros con otras personas” los trabajadores No Voluntarios se dividen en 74% “totalmente de acuerdo” y 26% “de acuerdo”. Al analizar

los resultados obtenidos en este ítem se puede llegar a la conclusión de que ambos grupos presentan el mismo nivel en cuanto a sus valoraciones.

Ítem “18. Le doy prioridad a los intereses comunes ante mis propios intereses u objetivos individuales” un 42% de los No Voluntarios señaló estar “totalmente de acuerdo”, otro 47% “de acuerdo” y el 11% restante se localizó como “indiferente”. Al analizar los datos obtenidos en este ítem se puede llegar a la conclusión de que los Voluntarios Corporativos tienen mejores resultados que los No Voluntarios.

Ítem “23. Muestro iniciativa para alcanzar los objetivos comunes” un 68% de ellos señala estar “totalmente de acuerdo”, otro 26% “de acuerdo” y el 5% restante respondió “indiferente”. De esta manera se puede concluir que los Voluntarios Corporativos se posicionan mejor en cuanto a los resultados de los trabajadores No Voluntarios.

En los análisis anteriores se puede observar que los No Voluntarios Corporativos poseen un alto nivel de desarrollo de la competencia trabajo en equipo con la organización Ron Santa Teresa. Sin embargo al comparar estos resultados con ambos actores, se puede evidenciar que los Voluntarios Corporativos se encuentran 1 punto porcentual por encima que los No Voluntarios. En conclusión, al no existir una diferencia significativa, ambos grupos poseen los mismos niveles de desarrollo de la competencia trabajo en equipo.

Tabla 34. Dimensión Comunicación Interpersonal / No Voluntarios Corporativos.

	NO VOLUNTARIOS CORPORATIVOS				
DIMENSIONES	DESARROLLO DE COMPETENCIAS				
Optimismo / Entusiasmo	TD	D	I	DA	TA
Items 1, 6, 11, 16, 21	0%	1%	8%	30%	61%
Flexibilidad	TD	D	I	DA	TA
Items 2, 7, 12, 17, 22	0%	0%	2%	41%	57%
Trabajo en Equipo	TD	D	I	DA	TA
Items 3, 8, 13, 18, 23	0%	0%	3%	27%	69%
Comunicación Interpersonal	TD	D	I	DA	TA
Items 4, 9, 14, 19, 24	0%	1%	3%	17%	79%
Liderazgo	TD	D	I	DA	TA
Items 5, 10, 15, 20, 25	0%	3%	2%	28%	66%

En la Tabla 34 se pueden observar los resultados promedio, obtenidos por los No Voluntarios Corporativos en la dimensión comunicación interpersonal. Como puede apreciarse, la presencia de la dimensión trabajo en equipo que integra desarrollo de competencias, se ubica casi completamente en las opciones “de acuerdo” y “totalmente de acuerdo”, con un 96% de aceptación. A continuación se procederá a realizar una descripción detallada de los resultados obtenidos por ítem, en conjunto con un análisis comparativo de los resultados obtenidos entre ambos grupos (Voluntarios y No Voluntarios) en cuanto a esta dimensión.

Ítem “4. Escucho a los demás y siempre me pongo en el lugar de los otros” el 84% de los trabajadores No Voluntarios están “totalmente de acuerdo”, otro 5% “de acuerdo” y por último un 11% “indiferente”. Al analizar la diferencia porcentual de ambos grupos se puede concluir que los resultados de los trabajadores No Voluntarios sobrepasan los de los Voluntarios Corporativos.

Ítem “9. Defiendo mi opinión o posición de forma clara” un 74% de los mismos dice estar “totalmente de acuerdo” y otro 26% “de acuerdo”. En base a estos datos, la diferencia porcentual indica que hay mejores resultados en los Voluntarios Corporativos que en los No Voluntarios.

Ítem “14. Tomo en cuenta la opinión o posición de los demás de forma agradable” el 74% de los mismos responde estar “totalmente de acuerdo”, otro 21% dice estar “de acuerdo” y por último 5% dice estar en “desacuerdo”. Al analizar los resultados obtenidos se puede concluir que los Voluntarios Corporativos presentan una diferencia porcentual mayor que los No Voluntarios.

Ítem “19. Se comunica con los demás de forma respetuosa”, los No Voluntarios se dividen en 89% “totalmente de acuerdo”, 5% “de acuerdo” y 5% “indiferente”. En este caso, se puede evidenciar que existe una diferencia porcentual importante entre los Voluntarios y No Voluntarios, donde los segundos se encuentran mejor posicionados.

Ítem “24. Mi comportamiento influye en mis compañeros de forma positiva” 74% de los No Voluntarios dice estar “totalmente de acuerdo” y el otro 26% “de acuerdo”. Al

analizar los resultados porcentuales de ambos grupos se evidencia que los trabajadores No Voluntarios presentan mejores resultados que los Voluntarios Corporativos.

En los análisis anteriores se puede observar que los No Voluntarios Corporativos poseen un alto nivel de desarrollo de la competencia comunicación interpersonal con la organización Ron Santa Teresa. Sin embargo al comparar estos resultados con ambos actores, se puede evidenciar que los Voluntarios Corporativos se encuentran 3 puntos porcentuales por encima que los No Voluntarios. En conclusión, a pesar de que no existe una diferencia altamente significativa, los Voluntarios Corporativos poseen un mayor nivel de comunicación interpersonal.

Tabla 35. Dimensión Liderazgo / No Voluntarios Corporativos.

DIMENSIONES	NO VOLUNTARIOS CORPORATIVOS				
	DESARROLLO DE COMPETENCIAS				
Optimismo / Entusiasmo	TD	D	I	DA	TA
Items 1, 6, 11, 16, 21	0%	1%	8%	30%	61%
Flexibilidad	TD	D	I	DA	TA
Items 2, 7, 12, 17, 22	0%	0%	2%	41%	57%
Trabajo en Equipo	TD	D	I	DA	TA
Items 3, 8, 13, 18, 23	0%	0%	3%	27%	69%
Comunicación Interpersonal	TD	D	I	DA	TA
Items 4, 9, 14, 19, 24	0%	1%	3%	17%	79%
Liderazgo	TD	D	I	DA	TA
Items 5, 10, 15, 20, 25	0%	3%	2%	28%	66%

En la Tabla 35 se pueden observar los resultados promedio, obtenidos por los No Voluntarios Corporativos en la dimensión liderazgo. Como puede apreciarse, la presencia de la dimensión liderazgo que integra desarrollo de competencias, se ubica casi completamente en las opciones “de acuerdo” y “totalmente de acuerdo”, con un 94% de aceptación. A continuación se procederá a realizar una descripción detallada de los resultados obtenidos por ítem, en conjunto con un análisis comparativo de los resultados obtenidos entre ambos grupos (Voluntarios y No Voluntarios) en cuanto a esta dimensión.

Ítem “5. Asumo la iniciativa cuando la situación lo requiere” lado los trabajadores No Voluntarios responden “totalmente de acuerdo” en un 68%, siendo el 32% restante “de acuerdo”. El análisis de dichos resultados evidencia que los Voluntarios Corporativos

presentan mejores resultados frente a los trabajadores que no forman parte del voluntariado que realiza la empresa.

Ítem “10. Asumo tareas o funciones que sean necesarias aunque no me correspondan” un 47% de los trabajadores No Voluntarios dice estar “totalmente de acuerdo”, otro 42% “de acuerdo”, 5% “indiferente y 5% “en desacuerdo”. Las diferencias porcentuales dejan en evidencia que los Voluntarios Corporativos obtuvieron mejores resultados que los trabajadores que no forman parte de él.

Ítem “15. Mantengo una alta motivación” los No Voluntarios se muestran 74% “totalmente de acuerdo”, 21% “de acuerdo” y por último un 5% “indiferente”. Al realizar el análisis comparativo de ambos grupos se puede decir que los trabajadores No Voluntarios poseen mejores resultados porcentuales que los Voluntarios Corporativos.

Ítem “20. Tengo confianza y seguridad en mí mismo” los trabajadores No Voluntarios respondieron en un 79% “totalmente de acuerdo”, el 21% restante respondió “de acuerdo”. Al analizar los resultados se evidencia que de acuerdo a las diferencias porcentuales entre los grupos, los Voluntarios Corporativos poseen valoraciones más significativas que los No Voluntarios.

Ítem “25. Puedo coordinar el trabajo de otros” los trabajadores No Voluntarios se muestran “totalmente de acuerdo” en un 63%, 26% “de acuerdo” y por último 11% “en desacuerdo”. En este caso los trabajadores No Voluntarios presentan resultados porcentuales más significativos que los Voluntarios Corporativos de Ron Santa Teresa.

En los análisis anteriores se puede observar que los No Voluntarios Corporativos poseen un alto nivel de desarrollo de la competencia liderazgo en la organización Ron Santa Teresa. Sin embargo al comparar estos resultados con ambos actores, se puede evidenciar que los Voluntarios Corporativos se encuentran 1 punto porcentual por encima que los No Voluntarios. En conclusión, al no existir una diferencia significativa, ambos grupos poseen los mismos niveles de desarrollo de la competencia liderazgo.

Voluntarios Corporativos y No Voluntarios Corporativos.

Tabla 36. Desarrollo de Competencias / Voluntarios Corporativos.

	VOLUNTARIOS CORPORATIVOS				
DIMENSIONES	DESARROLLO DE COMPETENCIAS				
Optimismo / Entusiasmo	TD	D	I	DA	TA
Items 1, 6, 11, 16, 21	0%	0%	1%	28%	71%
Flexibilidad	TD	D	I	DA	TA
Items 2, 7, 12, 17, 22	0%	0%	0%	26%	74%
Trabajo en Equipo	TD	D	I	DA	TA
Items 3, 8, 13, 18, 23	0%	0%	3%	21%	76%
Comunicación Interpersonal	TD	D	I	DA	TA
Items 4, 9, 14, 19, 24	0%	0%	1%	26%	73%
Liderazgo	TD	D	I	DA	TA
Items 5, 10, 15, 20, 25	0%	2%	3%	25%	70%

Tabla 37. Desarrollo de Competencias / No Voluntarios Corporativos.

	NO VOLUNTARIOS CORPORATIVOS				
DIMENSIONES	DESARROLLO DE COMPETENCIAS				
Optimismo / Entusiasmo	TD	D	I	DA	TA
Items 1, 6, 11, 16, 21	0%	1%	8%	30%	61%
Flexibilidad	TD	D	I	DA	TA
Items 2, 7, 12, 17, 22	0%	0%	2%	41%	57%
Trabajo en Equipo	TD	D	I	DA	TA
Items 3, 8, 13, 18, 23	0%	0%	3%	27%	69%
Comunicación Interpersonal	TD	D	I	DA	TA
Items 4, 9, 14, 19, 24	0%	1%	3%	17%	79%
Liderazgo	TD	D	I	DA	TA
Items 5, 10, 15, 20, 25	0%	3%	2%	28%	66%

Luego de realizar una revisión individual de cada uno de los ítems desarrollados en cada dimensión, se procedió a analizar de manera global las valoraciones porcentuales de la presencia del desarrollo de competencias en los Voluntarios en comparación con los No Voluntarios; Como se puede observar en las Tablas 36 y 37, el nivel de desarrollo de competencias de los Voluntarios Corporativos es más alto que el de los No Voluntarios Corporativos. En la variable optimismo – entusiasmo, las categorías de respuesta de acuerdo y completamente de acuerdo obtuvieron 99 puntos en comparación a 91 en los No

Voluntarios; en flexibilidad la variación es un poco mayor, 100 puntos de los Voluntarios contra 98 en los No Voluntarios, en cuanto a trabajo en equipo se puede apreciar que la diferencia es poco significativa, 97 en los Voluntarios y 96 en los No Voluntarios. Por otro lado, en la dimensión comunicación interpersonal los Voluntarios Corporativos tienen una puntuación porcentual de 99 en comparación con los 96 de los No Voluntarios y por último, en relación a liderazgo los Voluntarios presentan una valoración de 95 frente a los 94 de los No Voluntarios, evidenciando que en este caso no existe una diferencia altamente significativa. Aun cuando todas las dimensiones tienen un alto nivel de presencia, es decir que en general los trabajadores de Ron Santa Teresa tienen valores significativos de desarrollo de competencias, este es mayor en los trabajadores voluntarios de sus programas de responsabilidad social; Así mismo, se comprueba la teoría señalada previamente en el marco teórico de esta investigación, tal como lo afirma voluntare (2013), los trabajadores que participan en los programas de voluntariado corporativo de las organizaciones, están sujetos a un desarrollo más efectivo de sus habilidades y competencias, frente a los empleados que no se involucran en acciones de voluntariado.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El desarrollo de esta investigación se enfocó en analizar los beneficios que otorga a los trabajadores de Ron Santa Teresa, la participación como voluntarios en los programas de responsabilidad social que dirige la organización a través de la Fundación Santa Teresa, específicamente en cuanto a su sentido de pertenencia y el desarrollo de competencias con el objetivo de establecer una comparación con aquellos empleados que no forman parte del voluntariado.

A lo largo de los últimos años instituciones como Voluntariado y Estrategia, Volutare, Observatorio de Voluntariado Corporativo, entre otras, han investigado y puesto en evidencia los beneficios que aporta el voluntariado corporativo para las empresas, apoyando así el desarrollo de dichos programas bajo la figura de organizaciones asesoras o instituciones certificadas de tercera parte para procesos de voluntariado

Tal como lo afirman algunas de las investigaciones referidas dentro del marco teórico de este estudio, se puede decir que el voluntariado corporativo ejerce una influencia positiva en el proceso de desarrollo de competencias y habilidades de los empleados y a su vez funciona como una herramienta que contribuye al incremento del sentido de pertenencia para con la organización. Volutare (2013) explica que específicamente en aquellas empresas que cuentan con programas de voluntariado sus empleados muestran un mayor nivel de desarrollo. Así mismo, por otro lado también funcionan como herramientas que refuerzan el compromiso de los empleados para con la organización, tal como lo afirma Boccalandro (2018) en su investigación.

En respuesta en los objetivos de la investigación, el análisis de los datos obtenidos a través de las encuestas permitió analizar y llegar a conclusiones respecto a los niveles de presencia de sentido de pertenencia para con la organización, así como el nivel de

desarrollo de las competencias seleccionadas para este estudio, en los empleados de Ron Santa Teresa, C. A.

En este sentido, con base en los análisis obtenidos en el desarrollo de este trabajo, se puede concluir que:

El análisis comparativo porcentual indica que existe una tendencia mayor de presencia de sentido de pertenencia y desarrollo de competencias en los Voluntarios Corporativos que en los que no son voluntarios. Aunque podemos afirmar que en ambos grupos las variables evaluadas se encuentran presentes de manera significativa, es en aquellos empleados que participan en los programas de voluntariado de Ron Santa Teresa, donde se presentan mejores resultados porcentuales en cuanto a sus niveles de compromiso, identificación y motivación. A su vez, las competencias de optimismo - entusiasmo, flexibilidad, trabajo en equipo, comunicación interpersonal y liderazgo se encuentran más presentes y mejor desarrolladas en dicho grupo.

Así mismo, habiendo dado respuesta a los objetivos de esta investigación, se puede concluir que los Voluntarios Corporativos de Ron Santa Teresa, C. A. presentan mayor presencia de sentido de pertenencia y mejores niveles de desarrollo de competencias que los trabajadores que no ejercen funciones de voluntariado en la organización. De esta manera, se puede afirmar que las prácticas de voluntariado corporativo en la empresa Ron Santa Teresa, pueden funcionar como un motor impulsor del sentido de pertenencia de los empleados para con la empresa y a su vez una herramienta para el desarrollo de sus competencias profesionales y personales.

A nivel organizacional las prácticas de voluntariado corporativo representan un aliado estratégico fundamental para la gestión de Recursos Humanos. En este sentido, Ron Santa Teresa se ha convertido en un modelo replicable para las demás organizaciones en Venezuela aun en medio de las circunstancias actuales que afectan el país. La organización en la que se ha basado este estudio ejemplifica el modelo a seguir que deben tomar las empresas con ánimos de emprender programas de responsabilidad social aplicables y efectivos en el contexto actual.

Considerando los resultados obtenidos, se procederá a realizar una serie de recomendaciones a la empresa Ron Santa Teresa y a futuras investigaciones asociadas a la investigación realizada.

Recomendaciones a Ron Santa Teresa

- Promover el voluntariado en los actuales no voluntarios, ofreciendo más incentivos a los voluntarios, de modo que los no voluntarios se sientan más atraídos a involucrarse en las actividades desarrolladas en sus programas de responsabilidad social.

Recomendaciones a futuras investigaciones

- Ampliar la investigación a otras empresas con programas de responsabilidad social empresarial para conocer si con una muestra más amplia los datos se comportan de manera consistentes con los encontrados en nuestra investigación.
- Complementar la investigación tomando en cuenta la correlación entre las horas de voluntariado, el sentido de pertenencia y el desarrollo de competencias.

BIBLIOGRAFÍA

1. Arciniega, L. (2002). Compromiso Organizacional en México: ¿Cómo hacer que la gente se ponga la camiseta? Dirección Estratégica, Revista de Negocios del ITAM, 2(1), 21-23.
2. Astorga, A. (2019, 2 abril). El sentido de pertenencia y el liderazgo | VisionCoach. Recuperado 12 julio, 2019, de <https://visioncoach.es/2018/01/29/sentido-pertenencia-y-liderazgo/>
3. Boccalandro B. (2018). Aumentar el Compromiso de los Empleados a Través del Voluntariado Corporativo, Voluntare – Red de Voluntariado Corporativo.
4. C.A. Ron Santa Teresa. (2017). Ron de Venezuela, documento estratégico. Caracas, Miranda, Venezuela: C.A. Ron Santa Teresa.
5. Cabrera Pora E. (2012). Gestión por Competencias del Talento Humano en la Asociación Civil Sin Fines de Lucro, Sociedad Misionera Internacional, Iglesia Adventista Del Séptimo Día, Movimiento de Reforma – Unión Venezolana. Universidad Católica Andrés Bello.
6. Cajiga Calderón J. F. (2015). El Concepto de Responsabilidad Social Empresarial. CEMEFI. Centro Mexicano para la Filantropía.
7. Campana, J. y Perez, K. (2019). Sentido de pertenencia y satisfacción laboral en trabajadores de una empresa comercial de telecomunicaciones de Lima Metropolitana. Tesis. Universidad Peruana Unión. Recuperado en: https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/1685/Jean_Tesis_Licenciatura_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
8. Capriotti, P. (2009). Branding Corporativo: Fundamentos para la Gestión Estratégica de la Identidad Corporativa. Chile: Colección de Libros de la Empresa.
9. Castro, A.M, Escobar, I.P y Urbina, L.M. (2014). Estrategias para el fortalecimiento del sentido de pertenencia de los docentes del jardín Dreams Kindergarten. Tesis. Universidad de la Sabana.

10. Ces & Adecco. (2011). Estudio sobre el estado del voluntariado corporativo en España 2010. El valor del voluntariado corporativo para la empresa y sus colaboradores. Madrid: Fundación Adecco y Club de Excelente en Sostenibilidad.
11. Chiavenato, I. (1994). Administración de los Recursos Humanos. 2da Ed. McGraw Hill.
12. Chiavenato, I. (2011). Administración de Recursos Humanos (Novena ed.). México: Mc Graw Hill.
13. COM. (2001). Libro Verde: Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas, Bruselas: Comisión de las Comunidades Europeas
14. Consenza, J., Saz Gil M. y Zardoya A. (2016). Voluntariado Corporativo y Responsabilidad de la Empresa: Aproximación a la Gestión de los Recursos Humanos. Estudios de Administración. Dirección: https://www.researchgate.net/publication/315669388_Voluntariado_Corporativo_y_Responsabilidad_de_la_Empresa_Aproximacion_a_la_Gestion_de_los_Recursos_Humanos
15. Correa Jaramillo, J. G. (2007). Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social. Semestre Económico - Universidad de Medellín, Colombia. Pág. 89–100.
16. Cuellar, Juan D (2018). Víctor Guédez: “la responsabilidad social empresarial en Venezuela ha ido para atrás”. Fedecámaras radio. Recuperado de <http://fedecamarasradio.com/responsabilidad-social-venezuela/>
17. Fundación Santa Teresa, (2014). Proyecto Alcatraz. Recuperado 20 noviembre, 2018, de <http://www.fundacionsantateresa.org/web/palcatraz.php>
18. Garay, A.B.B.S.; Mazzilli, C.P. (2003). Uma análise do(s) significado(s) do trabalho voluntário empresarial. REAd - Revista Eletrônica de Administração, 9(5), Ed. 35, 1-17.
19. Garriga E. y Melé D. (2011). Mapa de Teorías de la RSE. ComunicarSe. Journal of Business Ethics. Recuperado de: <https://www.comunicarseweb.com/biblioteca/mapa-de-teorias-de-la-rse>
20. Geber, B. (1991). Managing Volunteers. Training. Minneapolis, 28(6), 21-26.
21. Gómez Aponte, E. E. (2016). Branding como estrategia de posicionamiento y su influencia en la comunicación de marca – Caso: Ron Santa Teresa. Universidad Central de Venezuela, Pág. 69–73. Recuperado de <http://saber.ucv.ve/bitstream/123456789/14245/1/Tesis%20UCV%202.pdf>

22. Grupo de Trabajo Voluntaré. (2013). Desarrollo de Competencias y Habilidades a Través de Voluntariado Corporativo. Madrid, España. Dirección web: www.voluntare.org
23. Hay Group, Inc. (2003). Using Competencies to Identify High Performers: An Overview of the Basics. Hay Group. Recuperado en: http://www.haygroup.com/downloads/uk/Competencies_and_high_performance.pdf
24. Hellriegel, D; Slocum, J.W.JR, Woodman, R. W. (1999) “Comportamiento organizacional”. Mexico: International Thomson Editores.
25. Hernández, Fernández y Baptista. (2006). Metodología de la Investigación. (5a ed.). México: Mc Graw-Hill Interamericana.
26. Herrera, G. (2012). Relación entre sentido de pertenencia y estabilidad laboral. Tesis inédita. Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Recuperado en: <http://biblio2.url.edu.gt/Tesis/2012/05/43/Herrera-Gerardo.pdf>
27. Houghton, S.M.; Gabel, J.T.A.; Williams, D.W. (2009). Connecting the two faces of CSR: Does employee volunteerism improve compliance? Journal of Business Ethics, 87, 477-494.
28. Iberdrola y G. Voluntaré. (2012). Proyecto de Competencias Asociadas al Desarrollo de Acciones de Voluntariado Corporativo. Valencia, España.
29. Kotler, P.; Lee, N. (2005). Corporate Social Responsibility: doing the most good for your company and your cause. New York: John Wiley and Sons Inc.
30. Legendre, R. (1993): Dictionnaire actuel de l'éducation. Montréal, Québec, Guerin.
31. Levi, Leboyer (1997). La Gestión por Competencias. Ediciones Gestión 2000. Barcelona.
32. Loi, R., Chan, K. & Lam, L. (2014). Leader-member exchange, organizational identification, and job satisfaction: A social identity perspective. Journal Occupational & Organizational Psychology, 87 (1), 42-61
33. Martha A. Alles. (2002). Dirección Estratégica de Recursos Humanos Gestión por Competencias: El Diccionario. Granica. - Buenos Aires, Argentina.
34. Martha A. Alles. (2007). Desarrollo de Talento Humano Basado en Competencias. Granica. 3ra reimp. - Buenos Aires, Argentina.
35. Martínez Elba. (2013). Justicia Penal y Justicia Restaurativa. Vicerrectorado de Creación Intelectual y Vinculación Social. Universidad Nacional Experimental de la Seguridad – UNES.

36. Mayorga; P. y González; V. (2001). Responsabilidad Social de la Empresa. Elementos Teóricos y Experiencias. Fundación Corona.
37. Maslow, Abraham H. (1943): A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50, 370-396.
38. Meirieu, P. (1992). Aprender, sí, pero ¿Cómo? Barcelona: Octaedro.
39. Meyer, J. & Allen, N. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resources Management Review*, 1, 61-89.
40. Montaña (2009). Descripción de algunos comportamientos de los trabajadores de EMCALI / sede administrativa/ que evidencian sentido de pertenencia hacia la organización. Colombia: Universidad Autónoma de Occidente.
<http://red.uao.edu.co/handle/10614/952>
41. Oriol Llauro (2014). La escala de Likert: qué es y cómo utilizarla. Recuperado 20 diciembre, 2018, de <https://www.netquest.com/blog/es/la-escala-de-likert-que-es-y-como-utilizarla>
42. Observatorio de Voluntariado Corporativo. (2015). Voluntariado Corporativo en Iberoamérica. Iberdrola, Volutare, Cooperación Internacional ONG.
43. Paula Catalina Ortiz Aristizabal (2009). La Responsabilidad Social Empresarial Como Base de la Estrategia Competitiva de HZX. Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.
44. Poirier – Proulx, L. (1999): La résolution de problèmes en enseignement. Bruxelles, De Boeck Université.
45. Proyecto Alcatraz. (2004). Proyecto Alcatraz. Recuperado de http://www.proyectoalcatraz.org/download/presentacion_pa.pps
46. Real Academia Española. (2014). Diccionario de la Lengua Española. (23ª ed.). Madrid, España.
47. Real Academia Española. (2019). Diccionario de la lengua española. Recuperado en <http://www.rae.es/rae.htm>
48. Robbins, S. (2004). Comportamiento Organizacional. México: Prentice Hall.
49. Robbins, S. y Judge. (2009). Comportamiento Organizacional. (13º Edición). México. Editorial: Pearson - Prentice Hall.
50. Ron Santa Teresa. (2014, 7 enero). Proyecto Alcatraz. [Archivo de vídeo]. Recuperado 18 diciembre, 2018, de <https://www.youtube.com/watch?v=ZsmkqiGRI60>

51. Ron Santa Teresa. (2014b, 13 enero). Nuestra Hacienda. [Archivo de vídeo]. Recuperado 18 diciembre, 2018, de <https://www.youtube.com/watch?v=ef24PBOWPbo>
52. Ron Santa Teresa. (2015, 10 junio). Informe Robinson Proyecto Alcatraz - Subtitulado inglés [Archivo de vídeo]. Recuperado 20 noviembre, 2018, de <https://www.youtube.com/watch?v=lNyGnfByZO0&t=133s>
53. Ron Santa Teresa. (2015b, 10 agosto). Santa Teresa: 200 años de tradición [Archivo de vídeo]. Recuperado 18 diciembre, 2018, de <https://www.youtube.com/watch?v=5w1CS6CxcF0>
54. Ron Santa Teresa. (2015c, 5 noviembre). Proyecto Alcatraz - Informe Robinson [Archivo de vídeo]. Recuperado 18 diciembre, 2018, de <https://www.youtube.com/watch?v=sR2PzxdWLgs>
55. Ron Santa Teresa. (2017, 8 agosto). "Solo hace falta una oportunidad para volver a comenzar" [Archivo de vídeo]. Recuperado 18 diciembre, 2018, de <https://www.youtube.com/watch?v=csF-6hNvUc>
56. Ron Santa Teresa. (2017b, 11 julio). José Arrieta #MásQueRugby (Extendido) [Archivo de vídeo]. Recuperado 18 diciembre, 2018, de <https://www.youtube.com/watch?v=mH-xYDoWBrA>
57. Ron Santa Teresa. (2017c, 22 septiembre). "Estuve 20 años en la cárcel, hoy tengo una oportunidad" [Archivo de vídeo]. Recuperado 18 diciembre, 2018, de <https://www.youtube.com/watch?v=ZboTJIXsmFE>
58. Ron Santa Teresa. (2018, 6 abril). Wilkinson Arrieta: "En la vida, como en el rugby, cada metro vale mucho esfuerzo" [Archivo de vídeo]. Recuperado 18 diciembre, 2018, de <https://www.youtube.com/watch?v=D5rGP1P6G3U>
59. Ron Santa Teresa. (2018b, 28 junio). Jesús Arrieta #MásQueRugby (ENGLISH SUB) [Archivo de vídeo]. Recuperado 18 diciembre, 2018, de <https://www.youtube.com/watch?v=96tLXpLgGP8>
60. Roosen, G. (2006, Agosto 02). Productividad social. El Nacional, p. 8
61. Rosario, Jacinto. (2016, 11 septiembre). ¿Qué es la identificación organizacional? Recuperado 12 julio, 2019, de <https://diccionarioeconomia.blogspot.com/2016/02/que-es-la-identificacion-organizacional.html>
62. Servicio Penitenciario Bonarense. (2017). III Seminario Internacional de Rugby dentro de un Sistema de Tratamiento Penitenciario. Buenos Aires, Argentina.

Dirección: <http://www.spb.gba.gov.ar/site/index.php/complejo-penitenciario-este/6284-iii-seminario-internacional-de-rugby-dentro-de-un-sistema-de-tratamiento-penitenciario#main>

63. Soto Ramírez, M. R. (2005). Estrategia comunicacional para el ron 1796 de la destiladora Santa Teresa. Universidad Católica Andrés Bello, 3–7. Recuperado de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAH6333.pdf>
64. Torres, Mariela. & Paz, Karim. (2018). TAMAÑO DE UNA MUESTRA PARA UNA INVESTIGACIÓN DE MERCADO. Facultad de Ingeniería - Universidad Rafael Landívar, 2, 11.
65. Van Knippenberg, D., & Ellemers, N. (2004). Social Identity and Group Performance. Identification as the Key to Group-Oriented Effort. In A. H.
66. VenAmCham. (2004). Inversión Social Empresarial: Instrumento para la Sostenibilidad. Principios y Prácticas. Caracas: Alianza Social VenAmCham.
67. Villarroel Ruiz, V. (2014). Auditoría de la estrategia de la comunicación externa de la campaña de lanzamiento de Ron Santa Teresa Linaje; “Nacimos de tus momentos. Añejamos juntos”. Año 2012. Universidad Católica Andrés Bello. Pág. 48-54. Recuperado de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAS9049.pdf>
68. Voluntare, Fundar, Bancaja e Iberdrola. (2012). Proyecto de Competencias Asociadas al Desarrollo de Acciones de Voluntariado Corporativo. Voluntare – Red de Voluntariado Corporativo.
69. Voluntare. (2013). Desarrollo de Competencias y Habilidades a Través del Voluntariado Corporativo. Grupo de Trabajo Voluntare.
70. Voluntariado y Estrategia. (2018). Voluntariado Corporativo y Desarrollo de Competencias. Voluntare – Red de Voluntariado Corporativo. Madrid, España.
71. Corporate Citizenship. (2010). Volunteering, the Bussienss Case. London.
72. Zarazúa J. (2007) Capacitación y Evaluación del Desempeño por Competencias Recopilación en Un enfoque de sistemas a las competencias laborales Instituto Politécnico Nacional Dirección de Publicaciones Tres guerras 27, 06040, México, D.F.

ANEXO

ANEXO A
Instrumento de Recolección de Datos.

INSTRUCCIONES:

A continuación se presenta un cuestionario **ANÓNIMO**, el cual fue elaborado para recaudar información para la tesis de grado “El voluntariado corporativo y su impacto en el sentido de pertenencia y competencias laborales: Caso Fundación Santa Teresa.” y poder obtener el título de Relaciones Industriales.

Tiempo estipulado: 15 minutos

¡MUCHAS GRACIAS!

Edad	
-------------	--

Género		Femenino
		Masculino

Cargo	
--------------	--

Voluntario De la Fundación		Sí
		No

Tiempo en la empresa.		Menos de 6 meses.
		Entre 6 meses y un año.
		Más de 1 año y hasta 3 años.
		Más de 3 años y hasta 5 años.
		Más de 5 años y hasta 10 años.
		Más de 10 años y hasta 15 años.
		Más de 15 años.

Nivel educativo.		Bachillerato incompleto.
		Bachillerato completo.
		TSU incompleto.
		TSU completo.
		Universitario incompleto.
		Universitario completo.
		Posgrado incompleto.
		Posgrado completo.

Escala de sentido de pertenencia.

INSTRUCCIONES:

Es importante que tenga en cuenta, que no existen respuestas **buenas o malas**, lo importante recae en la **SINCERIDAD** con la que usted responda cada uno de los ítems, sin dejar en blanco ninguno de ellos.

Cada afirmación consta de **5 opciones de respuesta**, de las cuales usted solo debe marcar **UNA** de ellas de acuerdo a su opinión.

Totalmente de Acuerdo. (TA)	De acuerdo. (DA)	Indiferente. (I)	En Desacuerdo. (ED)	Totalmente en Desacuerdo. (TD)
--------------------------------	---------------------	---------------------	------------------------	-----------------------------------

No.	ENUNCIADO	TA	DA	I	ED	TD
1	Me gusta el trabajo que realizo en Ron Santa Teresa.					
2	Cuando escucho a desconocidos hablar bien de la empresa me siento orgulloso.					
3	Pocas veces considero que mi trabajo es monótono o aburrido.					
4	Aunque mi superior no me lo pida, me gusta hacer bien mi trabajo.					
5	Me satisface ver los productos de Ron Santa Teresa como líderes en el mercado.					
6	Dedico más tiempo a mi trabajo del que me corresponde.					
7	Tengo un compromiso con Ron Santa Teresa por todo lo que he recibido de ella.					
8	De ser posible me gustaría trabajar en Ron Santa Teresa por un largo tiempo.					
9	Si pudiera traería a mis familiares o amigos a trabajar para Ron Santa Teresa.					
10	Pertenecer a Ron Santa Teresa hace que realice mi mejor esfuerzo.					
11	Muestro lealtad a Ron Santa Teresa en las actividades que realizo.					
12	Me satisface que otras personas sepan que trabajo en Ron Santa Teresa.					
13	Me agrada cumplir con mis obligaciones en la empresa.					
14	Constantemente hablo de Ron Santa Teresa con familiares y amigos.					
15	Me siento cómodo y a gusto de trabajar en Ron Santa Teresa.					
16	Aunque no reciba reconocimiento de mi jefe, realizo mi trabajo con entusiasmo.					
17	Constantemente me esfuerzo para hacer mejor mi trabajo sin que nadie me lo señale.					
18	Trabajar en Ron Santa Teresa me hace sentir orgulloso.					
19	Procuro no faltar a mi trabajo porque la empresa se vería afectada con mi ausencia.					
20	Considero que debo dar lo mejor de mí a la empresa por la oportunidad de trabajar en ella.					
21	Disfruto de la jornada de trabajo.					
22	Me siento parte de Ron Santa Teresa aun fuera del horario de trabajo.					

Escala de desarrollo de competencias.

No.	ENUNCIADO	TA	DA	I	ED	TD
1	Afronto con entusiasmo la realización de mis funciones y tareas.					
2	Acepto ideas y sugerencias de otros.					
3	Ayudo al resto del equipo.					
4	Escucho a los demás y siempre me pongo en el lugar de los otros.					
5	Asumo la iniciativa cuando la situación lo requiere.					
6	Muestro una disposición positiva para realizar mis funciones y tareas.					
7	Muestro apertura a los cambios y a las situaciones imprevistas.					
8	Me integro en equipos de trabajo.					
9	Defiendo mi opinión o mi posición de forma clara.					
10	Asumo tareas o funciones que sean necesarias aunque no me correspondan.					
11	Mantengo la calma en situaciones difíciles.					
12	Me adapto a nuevas situaciones y equipos de trabajo.					
13	Comparto el éxito de los logros con otras personas.					
14	Tomo en cuenta la opinión o posición de los demás de forma agradable.					
15	Mantengo una alta motivación.					
16	A pesar de los errores o dificultades me mantengo con una visión positiva.					
17	Promuevo ayudar en el área laboral.					
18	Le doy prioridad a los intereses comunes ante mis propios intereses u objetivos individuales.					
19	Se comunica con los demás de forma respetuosa.					
20	Tengo confianza y seguridad de mí mismo.					
21	Motivo a mis compañeros de trabajo.					
22	Propongo mejoras.					
23	Muestro iniciativa para alcanzar los objetivos comunes.					
24	Mi comportamiento influye en mis compañeros de forma positiva.					
25	Puedo coordinar el trabajo de otros.					

El instrumento de sentido de pertenencia está basado en el instrumento creado por Gerardo Herrera en el 2012, el cual fue nombrado Medición del Sentido de Pertenencia. Fue modificado y validado para la investigación.

El instrumento de desarrollo de competencia está basado en el instrumento creado por Voluntare e IBERDROLA en el 2012, para la investigación "Identificación de competencias asociadas al desarrollo de acciones de voluntariado corporativo". Fue modificado y validado para la investigación.

ANEXO B.
Instrumento de validación.

ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR: Sentido de pertenencia.										
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		Observaciones (Si debe eliminarse o modificarse un ítem por favor indique)
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1											
2											
3											
4											
5											
6											
7											
8											
9											
10											
11											
12											
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											
20											
21											
22											

ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR: Desarrollo de competencias.										
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		Observaciones (Si debe eliminarse o modificarse un ítem por favor indique)
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1											
2											
3											
4											
5											
6											
7											

8												
9												
10												
11												
12												
13												
14												
15												
16												
17												
18												
19												
20												
21												
22												
23												
24												
25												

ASPECTOS GENERALES	SI	NO	Comentarios
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario			
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación			
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial			
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir			

VALIDEZ			
Aplicable		No aplicable	
Aplicable atendiendo todas las observaciones			

Validado por:	CI:	Fecha:
Firma:	Teléfono:	E-mail:

ANEXO C

Tablas de Cálculos Sentido de pertenencia

Cálculos dimensión de Compromiso

Niveles de Compromiso	Actores	Totalmente en Desacuerdo		En Desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de Acuerdo		Media	Mediana	Moda	Desviacion
1. Me gusta el trabajo que realizo en Ron Santa Teresa.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	3	6%	51	94%	4,9	5	5	0,2312
	No Voluntario Corporativo	0	0%	1	5%	1	5%	6	32%	11	58%	4,4	5	5	0,8377
4. Aunque mi superior no me lo pida, me gusta hacer bien mi trabajo.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	2	4%	52	96%	5	5	5	0,1906
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	1	5%	18	95%	4,9	5	5	0,2294
6. Dedico más tiempo a mi trabajo del que me corresponde.	Voluntario Corporativo	0	0%	1	2%	6	11%	19	35%	28	52%	4,4	5	5	0,7597
	No Voluntario Corporativo	0	0%	1	5%	0	0%	4	21%	14	74%	4,6	5	5	0,7609
7. Tengo un compromiso con Ron Santa Teresa por todo lo que he recibido de ella.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	13	24%	41	76%	4,8	5	5	0,4315
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	4	21%	5	26%	10	53%	4,3	5	5	0,8201
11. Muestro lealtad a Ron Santa Teresa en las actividades que realizo.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	1	2%	53	98%	4,9	5	5	0,136
	No Voluntario Corporativo		0%		0%	1	5%	5	26%	13	68%	4,60	5	5	0,5973
13. Me agrada cumplir con mis obligaciones en la empresa.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	5	9%	49	91%	4,90	5	5	0,2925
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	7	37%	12	63%	4,6	5	5	0,4956
17. Constantemente me esfuerzo para hacer mejor mi trabajo sin que nadie me lo señale.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	9	17%	45	83%	4,8	5	5	0,3762
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	3	16%	3	16%	13	68%	4,5	5	5	0,7723
19. Procuro no faltar a mi trabajo porque la empresa se vería afectada con mi ausencia.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	6	11%	20	37%	28	52%	4,4	5	5	0,6873
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	3	16%	7	37%	9	47%	4,3	4	5	0,7493
20. Considero que debo dar lo mejor de mí a la empresa por la oportunidad de trabajar en ella.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	15	28%	39	72%	4,7	5	5	0,4521
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	2	11%	6	32%	11	58%	4,5	5	5	0,6967

Cálculos dimensión de Identificación

Niveles de Identificación	Actores	Totalmente en Desacuerdo		En Desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de Acuerdo		Media	Mediana	Moda	Desviacion
2. Cuando escucho a desconocidos hablar bien de la empresa me siento orgulloso.	Voluntario Corporativo	1	2%	0	0%	0	0%	0	0%	53	98%	4,9	5	5	0,5443
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	3	16%	2	11%	14	74%	4,6	5	5	0,7685
5. Me satisface ver los productos de Ron Santa Teresa como líderes en el mercado.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	1	2%	53	98%	5	5	5	0,1361
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	2	11%	0	0%	17	89%	4,8	5	5	0,6306
8. De ser posible me gustaría trabajar en Ron Santa Teresa por un largo tiempo.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	10	19%	44	81%	4,8	5	5	0,3921
	No Voluntario Corporativo	0	0%	1	5%	0	0%	4	21%	14	74%	4,6	5	5	0,7609
9. Si pudiera traería a mis familiares o amigos a trabajar para Ron Santa Teresa.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	2	4%	15	28%	37	69%	4,6	5	5	0,5548
	No Voluntario Corporativo	0	0%	2	11%	4	21%	4	21%	9	47%	4,1	4	5	1,0788
12. Me satisface que otras personas sepan que trabajo en Ron Santa Teresa.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	3	6%	51	94%	4,9	5	5	0,2312
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	1	5%	5	26%	13	68%	4,6	5	5	0,5973
14. Constantemente hablo de Ron Santa Teresa con familiares y amigos.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	2	4%	7	13%	45	83%	4,8	5	5	0,4907
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	2	11%	3	16%	14	74%	4,6	5	5	0,684
15. Me siento cómodo y a gusto de trabajar en Ron Santa Teresa.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	8	15%	46	85%	4,9	5	5	0,3586
	No Voluntario Corporativo	0	0%	1	5%	0	0%	4	21%	14	74%	4,6	5	5	0,7609
18. Trabajar en Ron Santa Teresa me hace sentir orgulloso.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	5	9%	49	91%	4,9	5	5	0,2926
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	1	5%	2	11%	16	84%	4,8	5	5	0,5353
22. Me siento parte de Ron Santa Teresa aun fuera del horario de trabajo.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	11	20%	43	80%	4,8	5	5	0,4065
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	1	5%	6	32%	12	63%	4,6	5	5	0,607

Cálculos dimensión de Motivación

Niveles de Motivación	Actores	Totalmente en Desacuerdo		En Desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de Acuerdo		Media	Mediana	Moda	Desviacion
3. Pocas veces considero que mi trabajo es monótono o aburrido.	Voluntario Corporativo	3	6%	1	2%	1	2%	17	31%	32	59%	4,4	5	5	1,0333
	No Voluntario Corporativo	1	5%	0	0%	1	5%	9	47%	8	42%	4,2	4	4	0,9763
10. Pertenecer a Ron Santa Teresa hace que realice mi mejor esfuerzo.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	2	4%	15	28%	37	69%	4,6	5	5	0,5548
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	8	42%	11	58%	4,6	5	5	0,5073
16. Aunque no reciba reconocimiento de mi jefe, realizo mi trabajo con entusiasmo.	Voluntario Corporativo	0	0%	1	2%	1	2%	14	26%	38	70%	4,6	5	5	0,6191
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	1	5%	4	21%	14	74%	4,7	5	5	0,5824
21. Disfruto de la jornada de trabajo.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	20	37%	34	63%	4,6	5	5	0,4874
	No Voluntario Corporativo	0	0%	1	5%	0	0%	6	32%	12	63%	4,5	5	5	0,7723

ANEXO D

Tablas de Cálculos Desarrollo de Competencias

Cálculos dimensión de Optimismo – Entusiasmo

Niveles de Optimismo - Entusiasmo	Actores	Totalmente en Desacuerdo		En Desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de Acuerdo		Media	Mediana	Moda	Desviación
1. Afronto con entusiasmo la realización de mis funciones y tareas.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	13	24%	41	76%	4,8	5	5	0,4315
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	1	5%	7	37%	11	58%	4,5	5	5	0,6118
6. Muestro una disposición positiva para realizar mis funciones y tareas.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	8	15%	46	85%	4,9	5	5	0,3586
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	1	5%	4	21%	14	74%	4,7	5	5	0,5824
11. Mantengo la calma en situaciones difíciles.	Voluntario Corporativo	0	0%	1	2%	1	2%	25	46%	27	50%	4,4	4,5	5	0,6344
	No Voluntario Corporativo	0	0%	1	5%	4	21%	6	32%	8	42%	4,1	4	5	0,9366
16. A pesar de los errores o dificultades me mantengo con una visión positiva.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	1	2%	15	28%	38	70%	4,7	5	5	0,5075
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	6	32%	13	68%	4,7	5	5	0,4776
21. Motivo a mis compañeros de trabajo.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	15	28%	39	72%	4,7	5	5	0,4521
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	5	26%	14	74%	4,7	5	5	0,4524

Cálculos dimensión de Flexibilidad

Niveles de Flexibilidad	Actores	Totalmente en Desacuerdo		En Desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de Acuerdo		Media	Mediana	Moda	Desviación
2. Acepto ideas y sugerencias de otros.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	12	22%	42	78%	4,8	5	5	0,4196
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	9	47%	10	53%	4,5	5	5	0,513
7. Muestro apertura a los cambios y a las situaciones	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	1	2%	13	24%	40	74%	4,7	5	5	0,4921
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	1	5%	4	21%	14	74%	4,7	5	5	0,5824
12. Me adapto a nuevas situaciones y equipos de	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	14	26%	40	74%	4,7	5	5	0,4423
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	9	47%	10	53%	4,5	5	5	0,513
17. Promuevo ayudar en el área laboral.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	13	24%	41	76%	4,8	5	5	0,4315
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	12	63%	7	37%	4,4	4	4	0,4956
22. Propongo mejoras.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	1	2%	17	31%	36	67%	4,6	5	5	0,5197
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	1	5%	5	26%	13	68%	4,6	5	5	0,5973

Cálculos dimensión de Trabajo en Equipo

Niveles de Trabajo en Equipo	Actores	Totalmente en Desacuerdo		En Desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de Acuerdo		Media	Mediana	Moda	Desviacion
3. Ayudo al resto del equipo.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	6	11%	48	89%	4,9	5	5	0,3172
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	4	21%	15	79%	4,8	5	5	0,4189
8. Me integro en equipos de trabajo.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	8	15%	46	85%	4,9	5	5	0,3586
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	3	16%	16	84%	4,8	5	5	0,3746
13. Comparto el éxito de los logros con otras personas.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	1	2%	13	24%	40	74%	4,7	5	5	0,4921
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	5	26%	14	74%	4,7	5	5	0,4524
18. Le doy prioridad a los intereses comunes ante mis propios intereses u objetivos individuales.	Voluntario Corporativo	0	0%	1	2%	5	9%	18	33%	30	56%	4,4	5	5	0,7423
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	2	11%	9	47%	8	42%	4,3	4	4	0,671
23. Muestro iniciativa para alcanzar los objetivos comunes.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	1	2%	12	22%	41	76%	4,7	5	5	0,4831
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	1	5%	5	26%	13	68%	4,6	5	5	0,5973

Cálculos dimensión de Flexibilidad

Niveles de Comunicación Interpersonal	Actores	Totalmente en Desacuerdo		En Desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de Acuerdo		Media	Mediana	Moda	Desviacion
4. Escucho a los demás y siempre me pongo en el lugar de los otros.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	1	2%	13	24%	40	74%	4,7	5	5	0,4921
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	2	11%	1	5%	16	84%	4,7	5	5	0,6534
9. Defiendo mi opinión o mi posición de forma clara.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	12	22%	42	78%	4,8	5	5	0,4196
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	5	26%	14	74%	4,7	5	5	0,4524
14. Tomo en cuenta la opinión o posición de los demás de forma agradable.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	13	24%	41	76%	4,8	5	5	0,4315
	No Voluntario Corporativo	0	0%	1	5%	0	0%	4	21%	14	74%	4,6	5	5	0,7609
19. Se comunica con los demás de forma respetuosa.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	15	28%	39	72%	4,7	5	5	0,4521
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	1	5%	1	5%	17	89%	4,8	5	5	0,5015
24. Mi comportamiento influye en mis compañeros de forma positiva.	Voluntario Corporativo	0	0%	1	2%	1	2%	18	33%	34	63%	4,6	5	5	0,6325
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	5	26%	14	74%	4,7	5	5	0,4524

Cálculos dimensión de Liderazgo

Niveles de Liderazgo	Actores	Totalmente en Desacuerdo		En Desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de Acuerdo		Media	Mediana	Moda	Desviacion
5. Asumo la iniciativa cuando la situación lo requiere.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	11	20%	43	80%	4,8	5	5	0,4065
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	6	32%	13	68%	4,7	5	5	0,4776
10. Asumo tareas o funciones que sean necesarias aunque no me correspondan.	Voluntario Corporativo	0	0%	1	2%	3	6%	14	26%	36	67%	4,6	5	5	0,6896
	No Voluntario Corporativo	0	0%	1	5%	1	5%	8	42%	9	47%	4,3	4	5	0,8201
15. Mantengo una alta motivación.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	2	4%	14	26%	38	70%	4,7	5	5	0,5494
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	1	5%	4	21%	14	74%	4,7	5	5	0,5824
20. Tengo confianza y seguridad de mí mismo.	Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	7	13%	47	87%	4,9	5	5	0,339
	No Voluntario Corporativo	0	0%	0	0%	0	0%	4	21%	15	79%	4,8	5	5	0,4189
25. Puedo coordinar el trabajo de otros.	Voluntario Corporativo	0	0%	7	13%	4	7%	27	50%	16	30%	4	4	4	0,9509
	No Voluntario Corporativo	0	0%	2	11%	0	0%	5	26%	12	63%	4,4	5	5	0,9612