



UNIVERSIDAD
DE PIURA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

**La cultura organizacional y desempeño laboral en
trabajadores de empresas de consumo masivo bajo la
modalidad del teletrabajo**

Tesis para optar el Título de
Licenciado en Administración de Empresas

**Claudia Kaori Becerra Salas
Stephy Rosario Ines Sanchez Vera**

Asesor(es):
Mgtr. Edilberto Luis Pedro Salazar Osores

Lima, noviembre de 2025



Declaración Jurada de Originalidad del Trabajo Final

Yo, Stephy Rosario Ines Sanchez Vera, egresado del **Programa Académico** de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Piura, identificado(a) con **DNI**: 76633775, declaro que:

Soy autor del trabajo final titulado:

“La Cultura organizacional y Desempeño laboral en trabajadores de empresas de consumo masivo bajo la modalidad del teletrabajo”

El mismo que presento bajo la modalidad de **Tesis** para optar el Título profesional de Administración de Empresas.

Que el trabajo se realizó en coautoría con los siguientes alumnos de la Universidad de Piura.

- Claudia Kaori Becerra Salas, identificado con DNI: 74146143

El texto de mi trabajo final es original y no vulnera los derechos de terceros o, de ser el caso, derechos de los coautores, incluidos los derechos de propiedad intelectual, datos personales, entre otros. En tal sentido, el texto de mi trabajo final no ha sido plagiado total ni parcialmente, para lo cual, he respetado las normas internacionales de citas y referencias de las fuentes consultadas. Asimismo, el texto del trabajo final que presento no ha sido publicado ni presentado antes en cualquier medio electrónico o físico; y que la investigación, los resultados, datos, conclusiones y demás información presentada que atribuyo a mi autoría son veraces.

En caso de detectarse el incumplimiento de lo declarado asumo frente a terceros, la Universidad de Piura y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

La asesoría del trabajo estuvo a cargo de los siguientes docentes de la Universidad de Piura:

- Salazar Osores Edilberto Luis Pedro, identificado con DNI: 08258941

Declaro (declaramos) que:

Luego de haber empleado el software de coincidencia Turnitin, revisado las fuentes de información señaladas por el autor, y en razón de mi (nuestra) experiencia como investigador(es), declaro (declaramos) que las ideas expuestas en el trabajo final alcanzan las condiciones de calidad, integridad y originalidad acorde a los objetivos institucionales y estándares en materia de investigación. Finalmente, no asumo (asumimos) responsabilidad por la posible vulneración de derechos de autor en el trabajo final referido, pues tal responsabilidad es exclusiva del autor.

Fecha: 28/10/2025

.....
Firma del autor¹

.....
Firma del asesor¹

¹ Firma idéntica al DNI. No se admite digital, salvo certificado.

Declaración Jurada de Originalidad del Trabajo Final

Yo, Claudia Kaori Becerra Salas, egresado del **Programa Académico** de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Piura, identificado(a) con **DNI:** 74146143, declaro que:

Soy autor del trabajo final titulado:

“La Cultura organizacional y Desempeño laboral en trabajadores de empresas de consumo masivo bajo la modalidad del teletrabajo”

El mismo que presento bajo la modalidad de **Tesis** para optar el Título profesional de Administración de Empresas.

Que el trabajo se realizó en coautoría con los siguientes alumnos de la Universidad de Piura.

- Stephy Rosario Ines Sanchez Vera, identificado con DNI: 76633775

El texto de mi trabajo final es original y no vulnera los derechos de terceros o, de ser el caso, derechos de los coautores, incluidos los derechos de propiedad intelectual, datos personales, entre otros. En tal sentido, el texto de mi trabajo final no ha sido plagiado total ni parcialmente, para lo cual, he respetado las normas internacionales de citas y referencias de las fuentes consultadas. Asimismo, el texto del trabajo final que presento no ha sido publicado ni presentado antes en cualquier medio electrónico o físico; y que la investigación, los resultados, datos, conclusiones y demás información presentada que atribuyo a mi autoría son veraces.

En caso de detectarse el incumplimiento de lo declarado asumo frente a terceros, la Universidad de Piura y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

La asesoría del trabajo estuvo a cargo de los siguientes docentes de la Universidad de Piura:

- Salazar Osores Edilberto Luis Pedro, identificado con DNI: 08258941

Declaro (declaramos) que:

Luego de haber empleado el software de coincidencia Turnitin, revisado las fuentes de información señaladas por el autor, y en razón de mi (nuestra) experiencia como investigador(es), declaro (declaramos) que las ideas expuestas en el trabajo final alcanzan las condiciones de calidad, integridad y originalidad acorde a los objetivos institucionales y estándares en materia de investigación. Finalmente, no asumo (asumimos) responsabilidad por la posible vulneración de derechos de autor en el trabajo final referido, pues tal responsabilidad es exclusiva del autor.

Fecha: 28/10/2025.



.....
Firma del autor²



.....
Firma del asesor¹

² Firma idéntica al DNI. No se admite digital, salvo certificado.

Agradecimiento

A mis abuelos, que desde el cielo siempre me dieron las fuerzas que necesité; a mi abuelita Inés, que con su sabiduría continúa guiándome; a mis padres, que me enseñaron que, aunque la vida se ponga difícil, siempre debemos dar lo mejor de nosotros y nunca rendirnos; a mi novio y a mi sobrino Facundo, quienes fueron mi soporte en este camino; y, finalmente, a mi hermano, que me enseñó que a veces las caídas son necesarias para renacer de ellas.

Stephy Sánchez Vera

A mis padres, por su amor incondicional y por creer en mí desde el primer día. A mi padrino que me apoyó desde mi etapa escolar hasta mis últimos días en la universidad, y a mi abuelito, que desde el cielo me cuida y siempre confió en mis logros.

Kaori Becerra Salas



Resumen

A raíz de los grandes cambios por los que atravesaron diversas empresas luego del año 2020, como consecuencia de la pandemia, la forma de trabajo de la gran mayoría de organizaciones se vio obligada a adaptarse a la coyuntura y con ello dar un paso más allá del trabajo habitual en oficina, permitiendo a sus trabajadores realizar sus actividades laborales desde cualquier parte del mundo. Al principio, este cambio se aplicó con la finalidad de asegurar el bienestar de los empleados ante la amenaza de la pandemia, pero luego se convirtió en una oportunidad que permitió a las organizaciones modificar sus metodologías y normativas de trabajo, trasladando sus actividades presenciales a virtuales, lo cual generó muchas oportunidades tales como adelantos tecnológicos, un mejor rendimiento del trabajador, menos estrés en las actividades, optimización de tiempos de trabajo, entre otros. Por esta razón, se optó por realizar la presente investigación, ya que años después de la pandemia, las organizaciones continúan en constante transformación para adaptar las diversas metodologías de trabajo a su cultura y con sus colaboradores. La investigación tiene como objetivo analizar la importancia de la cultura organizacional en el desempeño laboral de los trabajadores de las empresas de consumo masivo que realizan teletrabajo en la ciudad de Lima Metropolitana; para que pueda ser adaptada a cualquier tipo de contexto ante algún acontecimiento propio de cualquier organización. Se analizaron las investigaciones más relevantes a lo largo del tiempo, desde que las organizaciones empezaron a tomar importancia al establecimiento de una cultura organizacional y enfatizaron la relevancia de medir el del desempeño laboral de sus trabajadores. Con la finalidad de analizar la situación actual de las organizaciones respecto a su cultura organizacional y el impacto que esta tiene en el desempeño laboral de sus trabajadores, se realizó una investigación tipo mixta en trabajadores de las empresas de consumo masivo de Lima Metropolitana en la que se evidenció que existe una relación importante entre la cultura organizacional y el desempeño laboral de los trabajadores que laboran bajo la modalidad del teletrabajo en las empresas de consumo masivo. Los resultados indican que para sustentar que existe relación entre estas variables, se realizó la identificación de características relevantes de la cultura de estas organizaciones, factores que influyen en el desempeño de los trabajadores, características relevantes del teletrabajo y el reconocimiento de los mecanismos de mejora al plantear la cultura organizacional para asegurar un óptimo desempeño en los trabajadores bajo la modalidad del teletrabajo.

Finalmente, en el presente estudio se determinó que las empresas de consumo masivo de Lima Metropolitana tienen un sólido concepto de la cultura organizacional, la cual es capaz de adaptarse ante cualquier coyuntura, y en relación con el desempeño laboral de los trabajadores bajo la metodología del teletrabajo, se confirmó su identificación, compromiso y dedicación con los valores y creencias alineadas con los objetivos estratégicos de cada organización. Palabras claves: Cultura organizacional, desempeño laboral, liderazgo, teletrabajo, valores.

Tabla de contenido

Introducción	14
CAPÍTULO 1: Planteamiento del problema	16
1.1. Identificación y formulación del problema	17
1.1.1. Problema general	17
1.1.2. Problemas específicos	17
1.2. Objetivos de la investigación.....	17
1.2.1. Objetivo general	17
1.2.2. Objetivos específicos.....	17
1.3. Justificación y viabilidad de la investigación	18
1.3.1. Justificación teórica:.....	18
1.3.2. Justificación práctica	18
1.3.3. Justificación metodológica:.....	19
1.3.4. Justificación institucional:	19
1.4. Delimitación de la investigación:.....	19
1.5. Limitaciones de la investigación:.....	19
CAPÍTULO 2: Marco teórico.....	20
2.1. Antecedentes	20
2.2 Bases teóricas.....	22
2.2.1 Cultura organizacional.....	22
2.2.2 Desempeño laboral	27
2.2.3 Teletrabajo	28
2.3 Definición de términos básicos	31
a) Cultura Organizacional:.....	31
b) Desempeño Laboral:	31
c) Teletrabajo:	31
2.4 Hipótesis.....	32
2.4.1 Hipótesis General:	32
2.4.2 Hipótesis Específica	32
2.5 Matriz de consistencia.....	33
CAPÍTULO 3: Marco metodológico.....	34
3.1. Nivel y Diseño	34
3.1.1. Nivel.....	34
3.1.2. Diseño.....	34
3.2. Población y muestra.....	34
3.2.1. Población	34

3.2.2.	Muestra	35
3.3.	Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	36
3.3.1.	Técnicas cualitativas	36
3.3.2.	Técnicas cuantitativas	36
3.3.3.	Datos primarios y Secundarios	37
3.3.4.	Técnicas para el procesamiento de datos	37
CAPÍTULO 4: Análisis y Resultados		38
4.1.	Análisis y Resultados: Metodología cuantitativa.....	38
4.1.1.	Índice de Consistencia: Alfa Cronbach:	38
4.2.	Perfil de encuestados	39
4.2.1.	Género	39
4.2.2.	Rango de edad:.....	40
4.2.3.	Distrito de Residencia.....	41
4.2.4.	Puesto que ocupan en las empresas de consumo masivo de Lima Metropolitana	42
4.2.5.	Nivel de ingresos de los empleados, en las empresas de consumo masivo de Lima Metropolitana	43
4.3.	Relación de la Cultura Organizacional de los empleados en las empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana	44
4.3.1.	Confirmación de los encuestados de trabajan en empresas de consumo masivo	44
4.3.2.	Confirmación de los encuestados que realizan teletrabajo	45
4.3.3.	Solidez de la cultura organizacional de las empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana	45
4.3.4.	Relación de la posición de trabajo de los colaboradores con respecto a la solidez de la cultura organizacional.	46
4.3.5.	Porcentaje de identificación y compromiso con respecto a la historia de las empresas de consumo masivo en Perú según sus colaboradores encuestados	47
4.3.6.	Relación de los ingresos de los encuestados que trabajan en empresas de consumo masivo, con respecto a su identificación y compromiso con respecto a la historia de las empresas donde laboran.	48
4.3.7.	Análisis de los trabajadores que evalúan el clima laboral en empresas de consumo masivo, de forma presencial	49
4.3.8.	Relación de la posición de trabajo de los colaboradores de las empresas de consumo masivo, con respecto a la evaluación del clima laboral de forma presencial.	50
4.3.9.	Análisis de los trabajadores que evalúan el clima laboral en empresas de consumo masivo, de forma virtual	51
4.3.10.	Relación de la posición de trabajo de los colaboradores de las empresas de consumo masivo, con respecto a la evaluación del clima laboral de forma virtual	52
4.3.11.	Selección de la orientación que identifican más a los colaboradores de las empresas de consumo masivo, con respecto a la cultura organizacional.....	52

4.3.12. Resultados acerca de la identificación de los encuestados con respecto a los tipos de cultura en la empresa donde laboran	53
4.4. Relación del Desempeño Laboral de los empleados en las empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana.....	55
4.4.1. Resultados acerca de los aspectos más importantes del desempeño laboral de los colaboradores de empresas de consumo masivo, considerando la escala del 1 al 5.	55
4.4.2. Resultados acerca del factor determinante en la medición de la gestión del desempeño laboral de los encuestados en las empresas de consumo masivo	56
4.4.3. Resultados acerca de la motivación de las empresas de consumo masivo hacia sus trabajadores	57
4.4.4. Resultados acerca de la importancia de los factores actitudinales en el desempeño laboral de los encuestados.....	58
4.4.5. Resultados acerca de la importancia de los factores operativos en el desempeño laboral de los encuestados	59
4.5. Resultados referentes al teletrabajo de los encuestados en las empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana	60
4.5.1. Resultados acerca de las actividades más importantes que realizan las empresas de consumo masivo durante el teletrabajo	60
4.5.2. Resultados acerca de la adaptación de la cultura organizacional de las empresas de consumo masivo ante cualquier coyuntura	61
4.5.3. Resultados acerca del tipo de teletrabajo que realizan las personas encuestadas de las empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana	62
4.5.4. Resultados en base a la cantidad de días que los encuestados realizan teletrabajo.....	63
4.5.5. Equipo de trabajo que se le brinda a los colaboradores de las empresas de consumo masivo durante el teletrabajo	64
4.5.6. Resultados acerca del rendimiento laboral durante el teletrabajo de los encuestados...	65
4.5.7. Resultados acerca de los aspectos que afectan el desempeño laboral de las personas encuestadas, cuando realizan teletrabajo	66
4.5.8. Resultados acerca de la cultura organizacional aplicada al teletrabajo según los encuestados	67
4.6. Resultados Cuantitativos.....	68
4.6.1. Prueba de Hipótesis.....	68
4.6.2. Hipótesis General	68
4.6.3. Hipótesis específicas.....	69
4.7. Resultados Cualitativos	70
4.8. Análisis y Resultados: Metodología cualitativa	71
4.8.1. Ventajas y desventajas de trabajar bajo la modalidad del teletrabajo	71
4.8.2. Ventajas y desventajas de trabajar presencialmente	72
4.8.3. Características y factores más relevantes de la cultura organizacional.....	72

4.8.4.	Dimensiones y factores más relevantes del desempeño	73
4.8.5.	Acciones de las empresas durante el teletrabajo para fortalecer la cultura organizacional 74	
4.9.	Discusión	75
	Conclusiones.....	79
	Referencias.....	84
	Apéndice.....	86



Lista de Tablas

Tabla 1 Tabla de Frecuencia del Género de los Encuestados.....	39
Tabla 2 Tabla de frecuencia de la Edad de los Encuestados	40
Tabla 3 Distrito de Residencia de Encuestados	41
Tabla 4 Tabla de Frecuencia en Relación con el Puesto que Ocupan en las Empresas de Consumo Masivo	42
Tabla 5 Tabla De Frecuencia En Relación Con Los Ingresos Que Reciben Los Empleados En Las Empresas De Consumo Masivo	43
Tabla 6 Encuestados Que Trabajan En Empresas De Consumo Masivo Que Realizaron La Encuesta..	44
Tabla 7 Encuestados Que Trabajan En Empresas Practicando El Teletrabajo, Realizaron La Encuesta	45
Tabla 8 Tabla De Frecuencia En Base A La Solidez De La Cultura Organizacional Según Los Encuestados.....	46
Tabla 9 Tabla Cruzada De La Posición De Trabajo De Los Colaboradores De Las Empresas De Consumo Masivo Con Respecto A La Solidez De Su Cultura Organizacional.....	47
Tabla 10 Tabla De Frecuencia Sobre Identificación Y Compromiso Con Respecto A La Historia De Las Empresas De Consumo Masivo En El Perú Según Los Encuestados.....	47
Tabla 11 Tabla Cruzada En Base A La Evaluación Del Clima Laboral Presencial Por Los Encuestados Según Sus Puestos De Trabajo.....	48
Tabla 12 Tabla De Frecuencia Sobre La Evaluación Del Clima Laboral Presencial Por Los Encuestados	49
Tabla 13 Tabla Cruzada En Base A La Evaluación Del Clima Laboral Presencial Y Virtual Por Los Encuestados Según Sus Puestos De Trabajo.....	50
Tabla 14 Tabla De Frecuencia Sobre La Evaluación Del Clima Laboral Virtual Por Los Encuestados ...	51
Tabla 15 Tabla Cruzada En Base A La Evaluación Del Clima Laboral Virtual Por Los Encuestados Según Sus Puestos De Trabajo	52
Tabla 16 Selección De Las Orientaciones Más Representativas En Las Labores Que Realizan Día A Día Los Encuestados, Con Respecto A La Cultura Organizacional	53
Tabla 17 Tabla De Frecuencia En Base A La Identificación De Los Encuestados Con Respecto A Los Tipos De Cultura En La Empresa Donde Laboran	54
Tabla 18 Tabla De Frecuencia En Base A La Identificación De Los Aspectos Más Importantes Del Desempeño Laboral.....	55
Tabla 19 Tabla De Frecuencia En Base A La Identificación Del Factor Determinante En La Medición De La Gestión Del Desempeño Laboral De Los Encuestados En Las Empresas De Consumo Masivo	56
Tabla 20 Tabla De Frecuencia En Base A La Motivación De Las Empresas De Consumo Masivo Hacia Sus Trabajadores	57

Tabla 21 Tabla De Frecuencia En Base A Los Resultados De La Importancia De Los Factores Actitudinales Del Desempeño Laboral De Las Personas Encuestadas.....	58
Tabla 22 Tabla De Frecuencia En Base A Los Resultados De La Importancia De Los Factores Operativos Del Desempeño Laboral De Las Personas Encuestadas.....	59
Tabla 23 Tabla De Frecuencia En Base A Los Resultados De Las Actividades Más Importantes Que Realizan Las Empresas De Consumo Masivo Durante El Teletrabajo.....	61
Tabla 24 Resultados En Tablas De Frecuencia Con Referencia A La Adaptación De La Cultura Organizacional Ante Cualquier Coyuntura.....	62
Tabla 25 Resultados En Tablas De Frecuencia Con Referencia A Los Tipos De Teletrabajo Que Realizan Las Personas Encuestadas De Las Empresas De Consumo Masivo	63
Tabla 26 Resultados En Tablas De Frecuencia Con Referencia A La Cantidad De Días Que Realizan Teletrabajo Las Personas Encuestadas.....	64
Tabla 27 Resultados En Referencia Al Equipo De Trabajo Que Reciben Los Colaboradores De Las Empresas De Consumo Masivo Para Realizar Teletrabajo.....	65
Tabla 28 Tabla De Frecuencia En Base A Los Resultados En Base Al Rendimiento Laboral Durante Teletrabajo De Los Encuestados De Las Empresas De Consumo Masivo	66
Tabla 29 Tabla De Frecuencia En Referencia A Los Aspectos Que Afectan El Desempeño Laboral De Las Personas Encuestadas Cuando Realizan Teletrabajo.....	67
Tabla 30 Tabla De Frecuencia Según Los Resultados En Referencia Del Refuerzo De La Cultura Organizacional De Las Empresas De Consumo Masivo, Aplicadas Durante El Teletrabajo	68

Lista de figuras

Figura 1 Género de los encuestados	40
Figura 2 Rango de Edad de los Encuestados.....	41
Figura 3 Distrito Donde Viven los Encuestados.....	42
Figura 4 Puesto De Trabajo Que Ocupan Los Encuestados De Las Empresas De Consumo Masivo En	43
Figura 5 Nivel De Ingresos Que Reciben Los Encuestados De Las Empresas De Consumo Masivo En Lima.....	44
Figura 6 Personas Que Trabajan En Empresas De Consumo Masivo Que Realizaron La Encuesta.....	44
Figura 7 Personas Que Practican La Actividad Del Teletrabajo, Y Realizaron La Encuesta.....	45
Figura 8 Solidez De La Cultura Organizacional De Las Empresas De Consumo Masivo	46
Figura 9 Identificación Y Compromiso Con Respecto A La Historia De Las Empresas De Consumo Masivo En El Perú Según Los Encuestados.....	48
Figura 10 Evaluación Sobre El Clima Laboral En Empresas De Consumo Masivo De Forma Presencial	50
Figura 11 Evaluación Sobre El Clima Laboral En Empresas De Consumo Masivo De Forma Virtual.....	51
Figura 12 Orientaciones De La Cultura Organizacional En Empresas De Consumo Masivo.....	53
Figura 13 Resultados En Base A La Identificación De Los Encuestados Con Respecto A Los Tipos De Cultura.....	54
Figura 14 Resultados En Base A La Identificación De Los Aspectos Más Importantes Del Desempeño Laboral.....	55
Figura 15 Resultados En Base A La Identificación Del Factor Determinante En La Medición De La Gestión Del Desempeño Laboral De Los Encuestados En Las Empresas De Consumo Masivo.....	57
Figura 16 Resultados En Base A La Motivación De Las Empresas De Consumo Masivo Hacia Sus Trabajadores	58
Figura 17 Resultados En Base A La Importancia De Los Factores Actitudinales Del Desempeño Laboral De Las Personas Encuestadas.....	59
Figura 18 Resultados En Base A La Importancia De Los Factores Operativos Del Desempeño Laboral De Las Personas Encuestadas.....	60
Figura 19 Resultados En Base A Los Resultados De Las Actividades Más Importantes Que Realizan Las Empresas De Consumo Masivo Durante El Teletrabajo	61
Figura 20 Resultados En Referencia A La Adaptación De La Cultura Organizacional Ante Cualquier Coyuntura.....	62
Figura 21 Resultados Con Referencia A Los Tipos De Teletrabajo Que Realizan Las Personas Encuestadas De Las Empresas De Consumo Masivo.....	63
Figura 22 Resultados Con Referencia A La Cantidad De Días Que Las Personas Encuestadas Realizan La Actividad De Teletrabajo	64

Figura 23 Resultados Con Referencia Al Equipo De Trabajo Que Reciben Los Colaboradores De Las Empresas De Consumo Masivo Para Realizar Teletrabajo.....	65
Figura 24 Resultados En Base Al Rendimiento Laboral Durante Teletrabajo De Los Encuestados De Las Empresas De Consumo Masivo	66
Figura 25 Resultados En Base A Los Aspectos Que Afectan El Desempeño Laboral De Las Personas Encuestadas Cuando Realizan Teletrabajo	67
Figura 26 Resultados Referencia Del Refuerzo De La Cultura Organizacional De Las Empresas De Consumo Masivo, Aplicadas Durante El Teletrabajo	68



Introducción

La cultura organizacional y el desempeño laboral son dos factores claves para que una organización se diferencie de las demás. La cultura de una organización representa las normas informales y no escritas que están orientadas al comportamiento rutinario de los miembros de una organización que se dirigen hacia un mismo objetivo (Chiavenato, 2011). Este conjunto de creencias y expectativas son un patrón de aspectos básicos compartidos que definen la forma de adaptarse de manera externa e interna frente a los diversos escenarios que se puedan presentar (Schein, 2016).

El desempeño laboral surge de la adaptación de los miembros de una organización a las normativas y metodologías de trabajo que esta aplica, las cuales se alinean a los objetivos estratégicos de la empresa (Hussain et al., 2020). De igual manera, menciona Chiavenato (2011) que la identificación de las dimensiones del desempeño laboral; trabajo en equipo, organización, iniciativa, relaciones interpersonales y esfuerzo; permitirán el reconocimiento de los elementos que impactan en el desempeño de los trabajadores.

La cultura organizacional es la que transmite a los participantes un sentimiento de pertenencia y reconocimiento individual, compromiso, estabilidad y soporte, como un mecanismo de creencias y normas compartidas (Robbins & Judge, 2009). Sin embargo, al mismo tiempo puede representar un reto alinear el verdadero potencial del trabajador con su cargo e identificar si sus características se adaptan al estilo de liderazgo de la organización (Ferres, 2018).

En Latinoamérica, existe la tendencia de considerar a la identificación de los trabajadores con la cultura y estrategia organizacional de la empresa como un activo valioso y ventaja competitiva debido a que orientan su comportamiento hacia el logro de los objetivos de la empresa (Groysbrg et al., 2018). En la actualidad, una de las ventajas de la globalización es el desarrollo de las TIC, las cuales permiten al equipo de trabajo tener una comunicación bidireccional sin importar donde se encuentren, y paralelamente promueven la implementación del teletrabajo junto con las buenas prácticas (Barbosa, 2013). Los resultados de la implementación del teletrabajo en las empresas están relacionados con el desempeño de las funciones de cada trabajador, por ello representa un reto para las empresas mantener vigente la cultura a pesar de la distancia (Naumov, 2018).

Dentro del marco de las compañías dedicadas a consumo masivo, por la naturaleza del sector, es imperativo adaptarse a las constantes transformaciones en los hábitos de compra y preferencias de los consumidores, innovando en sus modelos de negocios a un contexto tecnológico y digital (Arellano, 2019). Si analizamos el contexto de consumo masivo en el Perú; desde inicios del 2020 pese a las medidas locales por la pandemia tuvo un buen desempeño, y al flexibilizar las restricciones, el crecimiento de la economía se sostuvo principalmente de este sector, por lo cual se muestra una tendencia de recuperación constante de esta actividad (Informe técnico de producción nacional, 2022).

El propósito de este estudio es analizar la influencia de la cultura organizacional en el desempeño laboral de los trabajadores de las empresas de consumo masivo bajo la modalidad del teletrabajo en Lima Metropolitana.



CAPÍTULO 1: Planteamiento del problema

En la actualidad, las organizaciones están expuestas a constantes cambios debido a que existen factores externos que las someten a adaptar su forma de gestión interna. Por ello, La adecuada determinación de los principios fundamentales que rigen la empresa sirve como lineamiento indispensable para la identificación de los trabajadores en relación a la cultura organizacional. Asimismo, la determinación de las características del estilo de liderazgo asegura la correcta selección de líderes (Demo et al., 2017). De esta forma, los colaboradores se identifican con los objetivos de la compañía y direccionan su desempeño hacia su cumplimiento (Chiavenato, 2011).

El conjunto de prácticas compartidas, creencias y valores propios de la empresa, se denomina cultura organizacional, la cual se establece mediante el desempeño de los colaboradores, debido a que mediante la realización de sus funciones garantizan el cumplimiento de los resultados esperados para la empresa (Melián, 2017). Este conjunto de comportamientos, procedimientos y conductas, refuerzan los principios básicos de una empresa, siendo una guía para cada empleado y una manera de desempeñar correctamente su labor en la organización (De Souza, 2018).

Los empleados de cada organización desempeñan un rol importante, pues son los responsables de que esta se encuentre o no operativa y puedan generar los bienes o servicios mediante la aplicación de conocimientos y habilidades reforzadas a lo largo de su carrera profesional (De Souza, 2018). El desempeño que tiene cada colaborador es crucial e importante para la organización, pues se refleja en los resultados finales, por ello el desempeño laboral está definido como la manera en que las acciones diarias o comportamientos de los trabajadores repercuten en el logro de los objetivos de la organización (Chiavenato, 2006).

Si nos ubicamos en un contexto que experimenta constantes cambios, es importante determinar cuáles son esos factores que influyen en la cultura organizacional y el impacto que genera en el desempeño de sus colaboradores (Arellano, 2019). Este es el caso de las empresas de consumo masivo, debido a que sus operaciones dependen de la demanda en el sector, por lo cual se ven obligados a mejorar sus procesos y migrar a estrategias digitales acompañados de una cultura sostenible (Parra et al., 2019).

La implementación de nuevas modalidades de trabajo dentro de una empresa trae retos en la sostenibilidad de la cultura organizacional y en el desempeño de sus trabajadores (D'Alessandro, 2013). Este es el caso del teletrabajo, el cual se determina mediante el trabajo virtual o a distancia, es cambiante y evoluciona de manera continua (Tellez, 2017). Esta actividad exige la habilidad para manejar las nuevas tecnologías de la información y comunicación, por ello la empresa necesita una adaptación cultural progresiva para lograr los resultados esperados (Barbosa, 2013).

Este estudio se realizó con el fin de analizar la influencia de la cultura organizacional en el desempeño laboral de los trabajadores de las empresas de consumo masivo bajo la modalidad del teletrabajo en Lima Metropolitana. Asimismo, tuvo como fin determinar las características y factores que influyeron tanto en la cultura como en el desempeño al aplicar la modalidad del teletrabajo.

1.1. Identificación y formulación del problema

1.1.1. Problema general

PG: ¿Cuál es la influencia de la cultura organizacional en el desempeño de los trabajadores de las empresas de consumo masivo bajo la modalidad del teletrabajo en Lima Metropolitana en el año 2022?

1.1.2. Problemas específicos

PE1: ¿Cuáles son las características de la cultura organizacional en las empresas de consumo masivo bajo la modalidad del teletrabajo en Lima Metropolitana en el año 2022?

PE2: ¿Qué factores influyen en el desempeño de los trabajadores de las empresas de consumo masivo que laboran bajo la modalidad del teletrabajo en Lima Metropolitana en el año 2022?

PE3: ¿Cuáles son las características del teletrabajo realizado en las empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana en el año 2022?

PE4: ¿Cuáles son los mecanismos de mejora en el planteamiento de la cultura organizacional para un mejor desempeño de los trabajadores que laboran bajo la modalidad del teletrabajo en las empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana?

1.2. Objetivos de la investigación

1.2.1. Objetivo general

OG: Determinar la influencia de la cultura organizacional en el desempeño laboral de los trabajadores que laboran bajo la modalidad del teletrabajo en las empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana en el año 2022.

1.2.2. Objetivos específicos

OE1: Analizar las características de la cultura organizacional en las empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana.

OE2: Analizar los factores que influyen en el desempeño de los trabajadores de las empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana.

OE3: Analizar características del teletrabajo realizado en las empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana.

OE4: Reconocer los mecanismos de mejora en el planteamiento de la cultura organizacional para un mejor desempeño de los colaboradores bajo la modalidad del teletrabajo en las empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana.

1.3. Justificación y viabilidad de la investigación

1.3.1. Justificación teórica:

La cultura organizacional abarca un conjunto de creencias, acciones y conductas observadas, los cuales sirven como cimiento para establecer una interacción y/o relación entre los diferentes miembros de las organizaciones (Chiavenato, 2011). Tal como indica el autor, estas creencias tienen una gran repercusión en el desempeño laboral de cada trabajador, y dependen de factores importantes como las costumbres, la motivación en su día a día, los valores, entre otros.

Además, los grandes cambios e innovaciones dan paso a una sociedad que se desarrolla y adapta a las nuevas tecnologías de la información, donde nace la concepción del teletrabajo, la cual es cada vez más solicitada en las organizaciones. Por ello, las empresas afrontan la tarea de adaptarse al teletrabajo fortaleciendo al mismo tiempo su cultura organizacional (D'Alessandro, 2013).

Finalmente, la cultura organizacional guarda relación con el desempeño laboral de los colaboradores que realizan el teletrabajo, debido a que es una modalidad que, basada en la prestación de servicios caracterizado por el uso de tecnología por parte del trabajador para laborar para una empresa de forma no presencial, se ejerce de la misma forma, una supervisión y control de las labores diarias del empleado (Ley 30036, 2015). En diversas ocasiones, puede suceder que se vuelva complicado mantener los valores de la cultura organizacional a distancia con los trabajadores que laboran fuera de una oficina, pero, si la organización tiene clara la definición de sus valores y constantemente busca la manera de estar presente en la vida de sus empleados, entonces la gestión de dichas empresas tendrá resultados exitosos (D'Alessandro, 2013).

El análisis y las conclusiones de la investigación sobre la cultura organizacional y desempeño laboral de colaboradores que realizan teletrabajo en las empresas de consumo masivo de Lima Metropolitana, expuso las bases que permiten dar soporte y credibilidad a los resultados del estudio, donde cabe resaltar la importancia de las condiciones laborales de los empleados, el clima organizacional y los factores que se relacionan y causan influencia en el desempeño laboral de los trabajadores bajo modalidad de teletrabajo, la cual es regulada por la ley N°30036 (Ley 30036, 2015).

1.3.2. Justificación práctica

Los resultados del estudio permitirán a las empresas identificar mejor los factores, características y planes de mejora que deberían aplicar las empresas para reforzar su gestión y asegurar óptimos resultados.

1.3.3. Justificación metodológica:

Los procesos y herramientas utilizados en la investigación para el análisis de las variables cultura organizacional y desempeño laboral bajo la modalidad del teletrabajo fueron viables para su aplicación en posteriores investigaciones.

1.3.4. Justificación institucional:

El estudio proporcionó información relevante para la toma de decisiones en beneficio de la cultura organizacional de las empresas. Estos hallazgos permiten determinar estrategias que identifiquen a los colaboradores con sus objetivos al momento de desempeñar sus funciones.

1.4. Delimitación de la investigación:

La delimitación temporal para la aplicación de la investigación se desarrolló en un horizonte de tiempo de enero a diciembre de 2022. De igual manera, se consideró una delimitación espacial geográfica ya que se aplicó en base a la información de los empleados de las empresas de consumo masivo, en los distritos de Lima Metropolitana. También se consideró que tiene una delimitación socio demográfica, pues se aplicó el estudio a colaboradores de empresas que realizan funciones bajo la modalidad del teletrabajo. Finalmente, el estudio es de tipo mixto (cuantitativo y cualitativo), por ello se aplicaron encuestas y entrevistas a los trabajadores que realizan teletrabajo en las empresas del sector en mención.

1.5. Limitaciones de la investigación:

Se consideró como limitación de la investigación que no todas las empresas de consumo masivo tienen una modalidad de teletrabajo definida o realizan trabajo híbrido, el cual consiste en algunos días presencial y otros días en otra locación. Esto pudo generar una brecha en el reconocimiento real de la influencia de la cultura organizacional en el desempeño de los trabajadores.

Es importante mencionar como limitación, una posible falta de cooperación por parte de los trabajadores para brindar información acerca de sus funciones, la cual es considerada una limitación dentro de la investigación (Arias, 2012).

CAPÍTULO 2: Marco teórico

2.1. Antecedentes

La cultura organizacional y el desempeño laboral son temas de investigación en múltiples estudios, frente a la aparición de nuevas modalidades de trabajo es importante analizarlas en este nuevo contexto. Es el caso del contexto del teletrabajo, por ello se mencionan investigaciones que soporten los factores principales de cada variable estudiada.

En el ámbito internacional, según Lanas (2014), la cultura organizacional ejerce una influencia directa en la satisfacción laboral de los profesionales del área de Recursos Humanos dentro de la entidad. Esta relación se correlaciona positivamente con un rendimiento laboral más destacado por parte de los empleados. En este sentido, a medida que la cultura de la organización se fortalece, aumenta la satisfacción y la productividad del personal. De igual manera Hafni et al. (2020) explican la importancia de determinar la relación entre el desempeño laboral y el impacto en el desempeño laboral, la motivación y la satisfacción en el ambiente de trabajo. El aporte de la tesis señala que existe una influencia positiva y significativa en la relación de las variables de la investigación por lo que la cultura organizacional influye en el desempeño de los colaboradores y en la motivación y rendimiento de su día a día.

A nivel nacional, Becerra (2020) explica la relevancia de la cultura organizacional en el desempeño laboral de los colaboradores que realizan modalidad de teletrabajo en una empresa de consumo masivo. Los aportes de la investigación confirman que existe una relación significativa entre la cultura organizacional y el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa de consumo masivo que desempeñan sus labores en un contexto de teletrabajo, logrando una integración en la organización y adaptabilidad al contexto y cambios del entorno.

Sánchez (2019) en su trabajo de investigación, explica la relación entre cultura organizacional y desempeño laboral en los trabajadores de una empresa peruana con el fin de analizar los factores más importantes que repercuten en el desempeño de sus funciones. La investigación aporta que los colaboradores de la empresa se sienten identificados con su cultura, cumpliendo los objetivos estratégicos planteados por la organización, generando un excelente desempeño laboral en sus funciones diarias. Por ello, para el autor es de vital importancia reconocer la influencia de la cultura organizacional en el desempeño laboral de los colaboradores de una organización. La investigación indica que el desempeño laboral se analiza en base a la línea de valores y creencias de la organización, es decir, de su cultura.

Según Espinoza (2018), para establecer la conexión entre cultura organizacional y las dimensiones del desempeño laboral con relación al bienestar de los profesionales del Centro de Salud; se confirma la presencia de una conexión significativa entre ambas variables, ya que el Centro de Salud tiene una cultura organizacional flexible que permite la participación de los colaboradores,

empoderamiento, liderazgo y alto desempeño laboral, logrando la aceptación y bienestar de los colaboradores. El aporte de la investigación demuestra que una compañía que evidencia una fuerte cultura organizacional logra un mejor desempeño laboral en los colaboradores, lo que causa mayor estabilidad laboral y un buen clima de este.

-Gutiérrez (2016) detalla cómo la cultura y el compromiso organizacional influyen en la motivación laboral de los empleados en una empresa de seguridad en el Perú, destacando que la cultura y las prácticas organizacionales ejercen un impacto directo en el desempeño y la motivación de los colaboradores.

Roca (2016) señala que para “realizar un análisis de la cultura organizacional es muy importante conocer el entorno y la historia de una empresa, la cual con el paso del tiempo se va moldeando y creando nuevas experiencias” (p.14) ya que el conocimiento del entorno y los antecedentes de una empresa son importantes para poder mejorar la cultura organizacional durante el paso del tiempo, creando nuevas experiencias y mejorando el desempeño laboral de los trabajadores de una empresa. Es importante conocer el origen y la forma en la que concepto de cultura organizacional evolucionó en el tiempo para comprender su significado e importancia.

Melián (2017) señala acerca de su estudio sobre la cultura organizacional y su impacto en el rendimiento laboral de las organizaciones, que existen dos etapas. La primera etapa se desarrolla en la historia de la administración en 1971, donde se despierta el interés por el contexto social, característica del surgimiento de los investigadores por los fenómenos sociales. Además, muchas contribuciones se dan en los años 30, como investigación sobre el impacto de las relaciones sociales en la conducta de los trabajadores donde se aplica la perspectiva cultural de las organizaciones. En la segunda etapa, existe un gran impulso en la temática de culturas organizacionales por parte de los investigadores y las empresas, tomando un rol protagónico que tiene énfasis debido a la apertura de escuelas de negocios donde se toma importancia a la cultura organizacional y se realizan investigaciones del tema (Melián, 2017). Durante estas etapas, se obtiene la perspectiva que las organizaciones son cultura, donde el simbolismo toma un rol importante en dicha perspectiva pues los miembros de una organización tienen una influencia en base a mitos, historias y leyendas de la vida de la organización, desarrollando patrones para poder sobrellevar los problemas de adaptación externa o integración interna (Schneider, 1975), por lo que la cultura organizacional forma parte de la historia de la organización aportando en su integración interna a lo largo del tiempo.

En la investigación de D’Alessandro (2013) acerca del contexto de teletrabajo en la cultura organizacional, se obtiene un gran aporte acerca de la historia del teletrabajo y su importancia, que surge desde muchos años atrás, en la Guerra Fría, como un producto militar que fue financiado por las fuerzas armadas de ese entonces, desarrollando una interconexión de computadoras con motivo de compartir información. Por otro lado, Estados Unidos, gracias a su desarrollo tecnológico, toma gran

aporte en el desarrollo del teletrabajo pues añade estas interconexiones en sus propias universidades donde se incluye el uso del correo electrónico y de esta manera se fue ampliando a muchos más países que imitaron esta tendencia.

Es muy importante mencionar que el teletrabajo es de vital importancia debido a la aparición del internet y el desarrollo tecnológico de las comunicaciones a lo largo de la historia, incluyendo los bajos costos de las herramientas informáticas y la velocidad de las redes de comunicación, son características que dan lugar al teletrabajo en diversas organizaciones. Por el mismo hecho de querer reducir costos ante una crisis económica, el teletrabajo es una opción imprescindible (Silva, 2018).

Las referencias de las tesis e investigaciones expuestas en el presente trabajo sustentan que la cultura organizacional es fundamental para el desarrollo de cualquier organización, ya que define la personalidad de ésta, lo cual implica la autenticidad de cada una, y se forma en base a sus valores y a los integrantes que se encuentran dentro de ella realizando contribuciones intelectuales y personales. Finalmente, cabe mencionar que el teletrabajo es un recurso fundamental en la actualidad, ya que se aprovechan los recursos tecnológicos que existen hoy en día, por lo que la adaptación o migración de las empresas hacia una cultura sostenible asegura la alineación del desempeño de los trabajadores hacia sus objetivos.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Cultura organizacional

Se define como cultura organizacional al marco de las creencias colectivas, a los valores que se comparten y la cultura que se transmite entre los trabajadores de una organización. Es una característica importante al momento de intercambiar conocimientos y al reconocer habilidades de interacción y estímulo entre los trabajadores (De La Torre, 2016). La cultura organizacional es considerada como un grupo de experiencias compartidas que se aprenden como solución a diversos problemas y es una forma de adaptación e integración en la organización, los cuales, los integrantes las toman como una manera de sentir, pensar y percibir los problemas que se presenten (Schein, 2016) de esta forma las experiencias y la historia de la organización crea los conocimientos e ideas que ayudarán a solucionar los inconvenientes que se presenten en el futuro. La cultura organizacional se considera un estilo de vida, un conjunto de creencias, valores y expectativas que generan una relación e interacción en las organizaciones (Chiavenato, 2011)

Cabe mencionar, que para realizar cambios internos en las organizaciones es importante adaptar la cultura cambiando los sistemas de trabajo, teniendo un constante análisis e interpretación, pues la cultura organizacional tiene un impacto directo en el ambiente laboral. que existe en cada una (Chiavenato, 2009). Para conocer una organización, es importante comprender su cultura y formar parte de sus actividades, así como la forma en que las personas interactúan en ella y sus aspiraciones,

lo cual se encuentra intangible en las normas informales, no escritas que orientan el comportamiento del día a día de los trabajadores en una organización (Chiavenato, 2009).

Curay (2016), explica que la cultura organizacional representa el conjunto de supuestos fundamentales que un grupo específico ha desarrollado para abordar los desafíos de adaptación tanto interna como externa, las cuales fueron enseñadas a nuevos miembros del grupo como la forma correcta de percibir, pensar y sentir en relación con dichos problemas; con una estrecha relación al cambio e innovación en su estructura. Es por ello por lo que da a entender que la cultura juega un papel favorable a la innovación.

Stilman (2001) señala que el propósito de la cultura organizacional siempre ha sido analizar la visión y valores de una organización durante el desarrollo del puesto de trabajo. Las organizaciones, desde muchos años atrás, tienen una finalidad, objetivos y diversos ciclos de vida donde deben afrontar problemas a lo largo de su crecimiento. La cultura organizacional está relacionada con la personalidad de la empresa, a su carácter que al ser asociado con todos los colaboradores de esta se vuelve una cultura en particular.

De La Torre (2016) señala que la cultura es importante pues define el patrón de comportamiento observable de una organización o comunidad, en donde se desarrolla una cantidad de valores compartidos, creencias y pensamientos. La idea de reconocer las organizaciones como cultura es un fenómeno que se ha difundido de forma reciente, ya que anteriormente las organizaciones se consideraban como un medio para coordinar y controlar las diversas áreas de la organización, pero con el paso del tiempo los teóricos han empezado a reconocer y admitir la importancia de la cultura organizacional con los integrantes de una organización (Robbins & Judge, 2009).

2.2.1.1 Niveles de Cultura.

La cultura organizacional se encuentra dividida en tres importantes dimensiones, las cuales son los artefactos y creaciones, los valores y las presunciones básicas (Schein, 2016).

Artefactos y creaciones. Es la dimensión más evidente de una cultura organizacional, definida por el entorno físico y social. Se manifiesta a través del espacio físico, las capacidades tecnológicas del grupo, el lenguaje, así como las formas de expresión oral y escrita. Cada faceta de la vida de un grupo produce artefactos, lo que provoca realizar una clasificación. Es importante realizar un análisis de los valores centrales que se derivan de los principios que se operan día a día y con ello evaluar cuales son los miembros que orientan la conducta en una organización (Schein, 2016).

Valores. Son el conjunto de características que definen la cultura de una organización, refuerzan la identificación de cada individuo con el propósito de la empresa. Cada uno tiene una idea

de lo que “debe ser” realizando una diferencia de lo que “es”. Esta dimensión es importante ya que la organización expresa sus estrategias, objetivos y filosofía, haciéndolas públicas (Schein, 2016).

Presunciones básicas. Cuando la solución a un problema sirve repetidas veces, ya queda asentado ya que inicialmente fue una hipótesis que era apoyada por un presentimiento o valor, y finalmente logró ser entendida y puesta en práctica en la realidad. Es importante mencionar que las soluciones preferidas entre tantas alternativas básicas pueden orientarse como las dominantes. Las presunciones básicas están profundamente relacionadas a la cultura organizacional y experimentan un comportamiento autoevidente e inconsciente con diversas suposiciones que son difíciles de reconocer desde adentro (Schein, 2016).

Las tres dimensiones mencionadas funcionan como capas, en la cual la capa exterior es más fácil de adaptar y de cambiar, y mientras más profunda es se vuelve más difícil ajustarla. En el núcleo de una organización es donde encontramos los supuestos rodeados de valores, y es allí donde se visualiza el funcionamiento del entorno de acuerdo con las personas que pertenecen a la organización y con ello se deriva las diversas percepciones y experiencias.

2.2.1.2 Tipos de cultura organizacional.

Los investigadores Cameron y Quinn (2006) evidencian la relevancia del desempeño laboral en relación a la cultura empresarial. Con el fin de analizar el tipo de cultura de las organizaciones, es relevante conocer el enfoque de análisis de ambos autores. Cameron y Quinn (2006) definen la cultura organizacional en cuatro tipos las cuales se relacionan con enfoques de entorno internos y externos de la misma.

La cultura del Poder, con respecto al mercado. Se enfoca en los valores de la comunidad y guarda relación con la cultura del logro, con el propósito principal de ser eficiente y productivo tomando como principio las habilidades y competencia del colaborador, ya que estas forman a los trabajadores para que puedan responder a entornos cada vez más exigentes. La cultura de poder se orienta hacia el entorno externo, centrándose en transacciones con diferentes grupos externos que se ven involucrados con la organización (proveedores, clientes, contratistas, etc.). Este tipo de cultura está relacionado con los competidores de la empresa y la fijación de precios.

Cultura de la función, con respecto a la jerarquía organizacional. Se apoya en el cargo y la función que desempeña el colaborador. Se debe tener en cuenta que el nivel jerárquico es importante, ya que el título que se obtiene dentro de la empresa es lo que confiere el poder. En la actualidad, las organizaciones suelen tener este tipo de cultura, donde la responsabilidad se encuentra centralizada en el colaborador que tenga mayor cargo jerárquico en su empresa y esto genera que se sienta más control con las operaciones de la compañía. Se caracteriza ya que, dentro de las reuniones, eventos sociales, de integración de la compañía se realizan según el rango que se posee, donde los

colaboradores que pertenecen al área operativa se encuentran separados del área administrativa. Este ambiente cultural es formalizado, que se encuentra apto y posee una estructura adecuada para realizar labores que se dispongan.

La cultura grupal. Es la cultura que se enfoca en el desarrollo y crecimiento del empleado, buscando que el recurso humano genere resultados tanto en la compañía como en la carrera laboral y profesional de sus miembros. Este tipo de cultura fue creada para servir a sus integrantes, donde los objetivos que se plantean están definidos a nivel del equipo, además, los jefes, independientemente del nivel jerárquico que tengan, van de la mano con sus compañeros de trabajo lo que genera que el nivel de competitividad sea menor y todos tengan la oportunidad de crecer en la organización. Es importante resaltar que tiene un gran parecido a una organización familiar, con mucha cohesión entre sus miembros, se puede asimilar a una “familia extensa” y las cuales no parecen entidades económicas. Este tipo de cultura tiene valores importantes como el trabajo en equipo, brindan programas que fomentan la participación de los empleados junto con el compromiso de la organización con sus empleados.

La cultura adhocrática. Cameron y Quinn (2006) explican la cultura adhocrática según la definición de Henry Mintzberg, donde explica que esta cultura se conforma de profesionales muy calificados y con una gran capacidad técnica, de donde surge el poder y empoderamiento del empleado. Todos se encuentran capacitados para resolver problemas, enfrentar retos y optimizar procesos, constantemente están buscando mejorar y le dedican mucho tiempo a resolver situaciones estratégicas y menos tiempo a las operativas. Son organizaciones que tienen políticas muy definidas, donde cada empleado conoce a totalidad todas sus funciones. Tiene como principal característica la innovación e iniciativas que dirige la organización y la lleva al éxito, con el principal objetivo de desarrollar nuevos bienes y servicios para estar preparados para las futuras competencias. Los altos mandos se enfocan en crear creatividad y emprendimiento en sus empleados.

2.2.1.3 Características de la cultura organizacional.

Robbins (2009) explica dos conceptos importantes que caracterizan la cultura organizacional; el primero es la cultura fuerte, que tiene delineado sus preceptos anexados, junto con valores y objetivos ya definidos, son un equipo que logran un consenso para el logro de las metas de la organización con cohesión, fidelidad y compromiso. La mayoría de estos casos se encuentran en la cultura organizacional de las organizaciones multinacionales, pues ellas tienen sus objetivos, valores y preceptos bien determinados y establecidos. Por otro lado, se encuentra la cultura débil, la cual no tiene valores definidos claramente, y sus miembros se guían en base a sus propios preceptos, formando grupos independientes dentro de la organización, sin practicar el trabajo en equipo, y

tampoco tienen oportunidad de desarrollar ideas innovadoras, se caracterizan porque tienen rotaciones de personal constantemente y la prioridad es la producción y no el bienestar del empleado.

La cultura organizacional enseña la forma esencial de pensar y realizar las actividades en la empresa (García & Dolan, 1997). Se entiende entonces que esa es el conjunto de características propias de una empresa por las que va a ser identificado y reconocido en su ámbito, y de aquello de lo que va a depender la proyección y cumplimiento de sus objetivos.

El comportamiento de las personas frente a sus responsabilidades influye directamente en los resultados de la organización (Cújar et al, 2013). Luego, se puede percibir el nivel de armonía al momento de realizar las actividades correspondientes al giro del negocio y al analizar los resultados de sus proyecciones y logros.

Toda organización tiene diversas particularidades, conceptos únicos, estructura, construcción, estrategias, entre otros, y lo mismo ocurre con la cultura de las organizaciones que es concebida con una idea propia que argumenta los principios y valores de la compañía. Una cultura organizacional se caracteriza como un sistema de significado compartido por los colaboradores de la organización, el cual lo hace diferente a una organización del mismo rubro inclusive y que hace que cada miembro, trabaje de forma diferenciada de los de otras organizaciones (Lacherre, 2017).

2.2.1.4 Factores que influyen en la cultura organizacional.

Falcones (2014) explica en su análisis sobre el estudio donde describe la cultura organizacional de los colaboradores; una serie de factores organizacionales y de su entorno que influyen en la formación de la cultura organizacional se encuentran:

Factores organizacionales. Consiste en los factores físicos y geográficos, que significan la ubicación de la organización, accesibilidad, infraestructura de la organización, la calidad del entorno y la ubicación geográfica de la empresa; se menciona, además, acerca del medio, el cual se basa en los principios y características de la organización; y finalmente los factores circunstanciales, los cuales son las características de la tecnología de información, la forma de regular la parte ecológica requerida para llevar a cabo su función.

Factores del entorno. Consiste en la historia de la organización, acerca de quiénes fueron las personas que implementaron la doctrina de la empresa; su carácter propio, que explica las características especiales y únicas que definen el comportamiento de la organización, como, por ejemplo, las costumbres. Los grupos y los jefes, que gobiernan el entorno donde se desarrolla la organización y finalmente los procesos culturales como, por ejemplo: el comercio electrónico, globalización, cultura ecológica. Por ejemplo, en la actualidad la pandemia del covid-19.

En la actualidad, se comprende y entiende la importancia de la cultura organizacional, la cual se ve influenciada a lo largo de su historia por diversos factores. Las empresas que poseen una cultura

organizacional con valores éticos, donde los empleados participen de difundirlos, se convierten en empresas exitosas. La influencia de los empleados para crear una buena cultura organizacional es fundamental, por lo que es necesario que los altos mandos de la organización participen para que la organización posea una cultura fuerte que evolucione de manera positiva a lo largo del tiempo.

2.2.2 Desempeño laboral

Se define al desempeño laboral como el factor que determina el logro de metas y objetivos trazados, de gran importancia, donde los trabajadores son evaluados según el trabajo que realizaron en una cantidad determinada de tiempo o periodo, con el fin de tener un control del rendimiento de los integrantes de una organización para conocer si va de la mano con los objetivos de esta, la cual es de vital importancia para mejorar el desarrollo de los colaboradores a lo largo de su carrera en la empresa (Pastor , 2018).

Bohórquez (2024) define el desempeño laboral como el nivel de ejecución alcanzado por el trabajador en el logro de las metas dentro de la organización en un tiempo determinado. Así mismo, según Chiavenato (2011) menciona que el desempeño es el comportamiento del trabajador en la búsqueda de los objetivos fijados; éste constituye la estrategia individual para lograr los objetivos. En este sentido, el desempeño laboral de las personas va a depender de su comportamiento y también de los resultados obtenidos

El desempeño laboral es el comportamiento del colaborador en búsqueda de los objetivos trazados, este incluye la estrategia individual para cumplirlos (Chiavenato, 2009). Para que un trabajador realice sus funciones de forma eficiente y cumpla con los objetivos de la organización debe de identificarse con los objetivos que tiene la empresa y alinear su desempeño hacia ellos, los representantes de la empresa deben de ejercer el liderazgo como un equilibrio entre libertad y control (Escandon & Hurtado, 2016). Es importante determinar la orientación del estilo de liderazgo que se encuentre alineado a la cultura de la empresa, si se busca una evaluación hacia los resultados o una medición del desempeño durante el proceso (Cerro, 2014).

Según Alles (2016) el desempeño laboral es el conjunto de actitudes frente a las funciones que realiza cada persona de manera eficiente, en base al cumplimiento con las metas y objetivos trazados por la empresa, lo cual tiene relación directa con sus capacidades, habilidades y destrezas en el entorno laboral. Por ello, el desempeño es un proceso que mide el éxito de la organización mediante el logro de las actividades y objetivos estratégicos planificados producto del compromiso de cada individuo con el lugar donde labora (Robbins & Coulter, Administración, 2005). Es decir, la productividad de cada individuo influye en el cumplimiento de las metas a corto y a largo plazo que la empresa se plantee y comunique a sus trabajadores.

2.2.2.1 Factores de la gestión de desempeño laboral.

La administración del desempeño laboral, o gestión de desempeño, es un sistema capaz de brindarle una mejora a la organización en cuanto a las variaciones de sus objetivos y/o estrategias. Los factores que caracterizan la gestión del desempeño de los colaboradores son el grado de cumplimiento de los objetivos propios de la empresa, la corrección o refuerzo de las estrategias anteriormente planteadas con el fin de optimizar recursos y la medición del impacto de estas e indicadores de gestión tienen como objetivo medir el logro de los procesos de cada individuo y resaltar aquellas actividades que se realizaron para lograrlos (Alles, 2016). Por ello este se rige bajo dos factores: la productividad de cada individuo y el cumplimiento de los objetivos de cada trabajador; y al mismo tiempo por la eficiencia y responsabilidad frente a sus funciones.

2.2.2.2 Dimensiones del desempeño laboral.

Chiavenato (2011) se plantea que el desempeño laboral lo abarcan cinco importantes dimensiones: a) Trabajo en equipo, determina el compromiso e identificación con los resultados en base a la cooperación y colaboración de los trabajadores en el desarrollo de sus actividades o planteamiento de planes de acción; b) Organización, permite la identificación de responsabilidades según las funciones de cada miembro del equipo para llevar un control de su rendimiento laboral; c) Iniciativa, determina la participación de los colaboradores en diversas actividades, su disposición y compromiso; d) Relaciones interpersonales, se puede observar cuando los colaboradores tienen una comunicación constante entre ellos enfatizando el respeto, la empatía y respeto; y e) Esfuerzo, es el empeño por ejercer sus funciones, lograr las metas del equipo para cumplir las metas de la empresa.

2.2.2.3 Elementos que influyen en el desempeño laboral.

En base a lo expuesto por Chiavenato (2011) los elementos que influyen en el desempeño laboral están determinados en primer lugar por los Factores actitudinales de la persona, tales como: la disciplina, la actitud cooperativa, la iniciativa, la responsabilidad, habilidad de seguridad, discreción, presentación personal, interés, creatividad. Y en segundo lugar por factores operativos, como el conocimiento del trabajo, calidad, cantidad, exactitud, trabajo en equipo, liderazgo. De esa manera, se muestra que son múltiples los factores que determinan el desempeño laboral desde una perspectiva individual como operacional. Por último y no menos importante, como menciona Strauss (1981) las herramientas de trabajo son recursos determinantes, así como su mantenimiento, y la información que brinde la empresa al trabajador para desenvolverse en sus funciones de manera correcta.

2.2.3 Teletrabajo

En la presente investigación, se consideró al teletrabajo como una definición que va con el contexto de las variables principales que son cultura organizacional y desempeño laboral. Se eligió el teletrabajo debido a que es el recurso que se utiliza más hoy en día por el desarrollo de las TICs.

El teletrabajo es un término que engloba las diversas modalidades de trabajo virtual o a distancia, es cambiante y evoluciona de manera continua. Son los avances tecnológicos los que permitieron la creación de nuevas fuentes de trabajo, con el objetivo de optimizar diversos procesos viables para los trabajadores (Tellez, 2017). De igual manera, esta actividad profesional exige un perfil capaz de aplicar el dominio de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, y por parte de la empresa requiere una adaptación cultural para la aplicación eficiente de esta técnica innovadora.

Araníbar (2016) explica que el teletrabajo es la actividad laboral que se desarrolla a distancia, fuera de la organización, con el uso de tecnologías de información y comunicación, en donde si la producción del teletrabajador es intelectual y eficiente puede realizarla en cualquier lugar y momento. Al mismo tiempo, este genera la autogestión del tiempo del trabajador mediante el uso de recursos tecnológicos designados por la empresa.

El teletrabajo es la posibilidad que tiene un trabajador de realizar la jornada laboral al menos una vez por semana desde un lugar diferente que no es su oficina (Gallegos & Campos, 2013). La implementación del teletrabajo trae consigo diversas normativas, en las cuales se establece la periodicidad del uso de esta modalidad según cada empresa.

Según lo expuesto en el libro Blanco del teletrabajo (Fundación Más Familia, 2019) el éxito de la implementación del teletrabajo consiste en la identificación de las dimensiones a nivel organizacional, tecnológico y jurídico. Esto tiene como objetivo, la adaptación de la cultura de la empresa hacia una cultura sostenible capaz de fluir a la distancia, así como la identificación de los trabajadores con la misma.

2.2.3.1 Tipos de teletrabajo.

Silva (2018) define el teletrabajo como el trabajo a distancia, que utiliza las tecnologías correspondientes (TIC) para la comunicación "on line" con el empleador, donde puede laborar en lugares remotos o alejados de la empresa con la que tiene vínculos laborales. Cabe mencionar, que Silva (2018) identifica los tipos de teletrabajo en: teletrabajo Mixto; en el cual el trabajo remoto es alterno, es decir, asiste a la empresa según el requerimiento de su área, mientras que otros días labora fuera; y en teletrabajo absoluto, en el cual el trabajo consiste en hacer uso de la herramienta permanente fuera de las instalaciones de la empresa.

2.2.3.2 Dimensiones de la implementación del Teletrabajo en las empresas.

Según lo expuesto en el libro Blanco del teletrabajo (Fundación Más Familia, 2019) existen tres requerimientos o dimensiones marcadas a considerar para implementar esta modalidad laboral. La primera de ellas, la dimensión organizacional, que requiere una gestión adecuada del cambio, así como un fuerte compromiso y una adecuada concienciación por parte de la empresa. A diferencia del trabajo tradicional en la oficina que ofrece horarios fijos, la implementación del teletrabajo propone la

adopción de horarios flexibles, trabajo fuera de la oficina, medido por objetivos. Estos tipos de modelos son asociados con organizaciones que poseen una cultura más evolucionada, donde prima la confianza y la capacidad de autogestión de los empleados, donde la presencia física deja de ser crucial brindando mayor importancia al logro de los resultados. Se trata de un cambio grande en la manera de concebir el trabajo, desligándolo de un espacio físico específico. Lo que debe primar es que el trabajador pueda decidir desde dónde puede realizar su trabajo con la mayor eficiencia. En segundo lugar, la dimensión tecnológica, que cual implica establecer e identificar la infraestructura y las plataformas tecnológicas necesarias para facilitar el teletrabajo. Esta dimensión consiste en garantizar el acceso a canales de comunicación y de intercambio de información confiables y seguros. Los equipos y recursos informáticos pasan a ser gestionados por los trabajadores generando una reducción de costos para la empresa, aunque también plantea retos importantes relacionados con la implementación de redes seguras y eficaces. Las tecnologías de información y comunicaciones desempeñan un papel clave al proporcionar las herramientas de gestión y el seguimiento de los resultados laborales. Y finalmente, los Jurídicos, consisten en la atención a la legislación vigente en materia jurídica, de riesgos laborales y relacionales con los sindicatos. El cumplimiento de aspectos de seguridad como de salud laboral van a recaer en los teletrabajadores. Factores como espacios adecuados de trabajo, iluminación, comodidad del mobiliario y seguridad eléctrica, entre otros, serán reglamentados y deberán ser cumplidos por el trabajador y auditados por la empresa.

2.2.3.3 Ventajas y desventajas de la implementación del teletrabajo.

En base a lo mencionado por Gallego y Campos (2013) existen una serie de ventajas y desventajas para las empresas y los trabajadores al implementar el teletrabajo. Las ventajas para los trabajadores serían mayor autonomía en cuanto a sus responsabilidades, ahorro en la inversión para movilizarse, disminución en el tiempo de traslado, balance entre la vida laboral y personal, mejores resultados profesionales, habilidad para adaptarse al cambio, libre disposición de organizar sus tiempos y horarios, y reducción del estrés. En cuanto a las desventajas para los trabajadores se tiene la disposición de tiempo para reuniones virtuales disminuye las posibilidades de pausas activas, nuevas normas estipuladas para su seguridad y salud en el trabajo, riesgo de perder poco a poco la identidad con la empresa, y dificultades en el balance de la vida profesional y laboral. Las ventajas para las empresas al implementar el teletrabajo sería la mayor disposición del tiempo de los trabajadores para ejecutar sus funciones, disminución de costos, implementación de una planilla de trabajadores de otras locaciones, disminución de la tasa de rotación, y retención del personal con mayor potencial de crecimiento. Y las desventajas serían, el riesgo de perder la identidad de los trabajadores con los valores y propósito de la empresa, lentitud en los procesos al no tener comunicación inmediata con los trabajadores y dificultades en la interpretación de las políticas

laborales. Las empresas de consumo masivo son las encargadas de producir y/o distribuir productos de alta demanda, estos son requeridos por un público amplio lo cual motiva a la competencia constante en el sector (Mejía, 2020).

2.2.3.4 Características de una empresa de consumo masivo.

Según Mejía (2020) las empresas de consumo masivo se caracterizan por: (a) sus ventas reales tienen gran variación en el tiempo además de considerar un amplio portafolio de productos o servicios, (b) las distancias entre el acopio y los puntos de venta son variables, aunque la mayoría de las veces son lejanos, (c) cada producto del portafolio tiene aceptación y fuerza de marca diferenciales requiriendo atención especial, (d) cada producto tiene orígenes y tiempos de producción diferenciales que afectan su disponibilidad, (e) el comportamiento del tiempo de venta es específico de cada producto ya que depende de cómo está integrado en la cadena de producción (Hernández C. , 2011). Tal variabilidad exige estrategias que permitan el flujo del producto o del servicio con mínimo inventario asociado a la satisfacción del cliente productos nuevos donde la información real disponible es escasa o ausente (Mejía, 2020).

2.3 Definición de términos básicos

a) Cultura Organizacional:

Se define como la forma en que las acciones o comportamientos observados en los empleados, son relevantes para el logro de los objetivos de la organización (Chiavenato, 2011). La cultura organizacional es considerada como un grupo de experiencias compartidas que se aprenden como solución a diversos problemas y es una forma de adaptación e integración en la organización, los cuales, los integrantes las toman como una manera de sentir, pensar y percibir los problemas que se presenten (Schein, 2016).

b) Desempeño Laboral:

Se define como la manera en que las acciones diarias o comportamientos de los trabajadores repercuten en el logro de los objetivos de la organización (Chiavenato, 2006). El desempeño laboral es considerado como un factor determinante para el logro de metas y objetivos trazados, pues los trabajadores son evaluados según el trabajo que realizaron en una cantidad determinada de tiempo o periodo (Pastor , 2018).

c) Teletrabajo:

Dentro de la ley que regula el teletrabajo, se considera a este, como el desempeño subordinado de labores sin la presencia física del trabajador, al que se le denomina teletrabajador en la empresa con la que mantiene vínculo laboral, a través de medios informáticos, de telecomunicaciones y análogos, mediante los cuales se ejercen a su vez el control y la supervisión de las labores (Ley 30036, 2015).

2.4 Hipótesis

2.4.1 Hipótesis General:

HG: Existe relación positiva y significativa en la cultura organizacional y su influencia en el desempeño laboral de los colaboradores que laboran bajo la modalidad de teletrabajo en las empresas de consumo masivo de Lima Metropolitana, en el año 2022.

2.4.2 Hipótesis Específica

Hipótesis específica 1:

HE1: Existen características relevantes de la cultura organizacional bajo la modalidad de teletrabajo en las empresas de consumo masivo de Lima Metropolitana, en el año 2022.

Hipótesis específica 2:

HE2: Existen factores resaltantes que influyen en el desempeño laboral de los colaboradores que laboran bajo la modalidad de teletrabajo en las empresas de consumo masivo de Lima Metropolitana, en el año 2022

Hipótesis específica 3:

HE3: Existen características predominantes del teletrabajo que realizan los colaboradores en las empresas de consumo masivo de Lima Metropolitana, en el año 2022.

Hipótesis específica 4:

HE4: Existe relación positiva y significativa en los mecanismos de mejora en el planteamiento de la cultura organizacional y el desempeño de los trabajadores que laboran bajo la modalidad del teletrabajo en las empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana, en el año 2022.

2.5 Matriz de consistencia

La siguiente matriz muestra las 3 variables principales más importantes de la investigación, cada una con una definición conceptual, tipos de dimensiones, indicadores y la escala de medición correspondiente para la investigación cuantitativa.

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Cultura Organizacional	Se define como la forma en que las acciones o comportamientos observados en los empleados, son relevantes para el logro de los objetivos de la organización (Chiavenato, 2011).	Niveles	a) Artefactos y creaciones b) Valores c) Presunciones básicas	Ordinal tipo Likert Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Indiferente = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	La cultura organizacional es considerada como un grupo de experiencias compartidas que se aprenden como solución a diversos problemas y es una forma de adaptación e integración en la organización, los cuales, los integrantes las toman como una manera de sentir, pensar y percibir los problemas que se presenten (Schein, 2016).	Tipos de cultura	a) Cultura de poder b) Cultura de la función c) Cultura grupal d) Cultura Adhocrática	
Desempeño Laboral	Se define como el factor determinante para el logro de metas y objetivos trazados, de gran importancia, donde los trabajadores son evaluados según el trabajo que realizaron en una cantidad determinada de tiempo o periodo (Pastor, 2018). Se define como el factor determinante para el logro de metas y objetivos trazados, de gran importancia, donde los trabajadores son evaluados según el trabajo que realizaron en una cantidad determinada de tiempo o periodo (Pastor, 2018).	Factores de influencia	a) Organizacionales b) Entorno	Ordinal tipo Likert Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Indiferente = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Chiavenato (2011) se plantea que el desempeño laboral lo abarcan 5 importantes dimensiones: a) Trabajo en equipo, determina el compromiso e identificación con los resultados en base a la cooperación y colaboración de los trabajadores en el desarrollo de sus actividades o planteamiento de planes de acción; b) Organización, permite la identificación de responsabilidades según las funciones de cada miembro del equipo para llevar un control de su rendimiento laboral; c) Iniciativa, determina la participación de los colaboradores en diversas actividades, su disposición y compromiso; d) Relaciones interpersonales, se puede observar cuando los colaboradores tienen una comunicación constante entre ellos enfatizando el respeto, la empatía y respeto; y e) Esfuerzo, es el empeño por ejercer sus funciones, lograr las metas del equipo para cumplir las metas de la empresa.	Dimensiones desempeño laboral	a) Trabajo en equipo b) organización c) Iniciativa d) Relaciones interpersonales e) esfuerzo	
		Factores de influencia	a) Actitudinales b) operativos	

CAPÍTULO 3: Marco metodológico

3.1. Nivel y Diseño

3.1.1. Nivel

La investigación es de carácter mixto, con un enfoque descriptivo y explicativo debido a que se buscó analizar e investigar la relación entre las variables de estudio y la forma en la que se complementaban, y con ello, poder determinar el impacto que tienen en las organizaciones de consumo masivo en Lima Metropolitana.

Según Muñoz (2011), la investigación con enfoque mixto se adapta a aquellas tesis en las que, tomando en cuenta el tema que se va a investigar y el objeto de este, el investigador utiliza dos enfoques: el cuantitativo y el cualitativo. Además, al tener un enfoque descriptivo indica que busca especificar características importantes en los fenómenos que se someterán al análisis, y es explicativa pues responde a diversos sucesos y fenómenos físicos de una organización.

Una investigación de carácter mixto, según Hernández (2014) permite que, en el planteamiento del problema, la forma en la que se recopilan los datos y el análisis e interpretación de resultados utilicen indistintamente ambos enfoques; lo que genera una perspectiva más exacta del fenómeno, y con ello ayuda a formular y clarificar mejor el planteamiento del problema. Al utilizar ambos enfoques, ello implica, desde el planteamiento del problema, mezclar la lógica inductiva y deductiva.

3.1.2. Diseño

El autor Kerlinger y Lee (2005) explica que la investigación se divide en experimental y no experimental, la cual se concibe con el fin de dar una respuesta a las preguntas de la investigación, siendo útiles y caracterizándose por su valor propio. La presente tesis, se desarrolló en una investigación no experimental y transversal, pues según Hernández (2014), se realiza sin manipular las variables, ya que estas solo son observadas en su propio ambiente natural, para poder llegar a conclusiones concisas luego de realizar la investigación.

Hernández (2014) explica que la investigación no experimental es transversal cuando se recolectan los datos en un solo momento durante el mismo tiempo con el fin de analizar y describir las variables investigadas y su relación entre ellas durante. Para realizar el estudio, se recolectaron los datos de las organizaciones y se analizaron los mismos, considerando los doce meses del año 2022.

3.2. Población y muestra

3.2.1. Población

Para Arias (2012) la población es el conjunto de elementos que cuenta con características y rasgos similares. De igual forma, existen dos tipos de población: la finita e infinita. La población finita, es aquella cuyos elementos en su totalidad son identificables por el investigador, y la población infinita

es aquella cuyos elementos son imposibles de tener un registro identificable (Arias, 2006). Para la presente investigación, se optó por una población de tipo infinita, pues se ajusta a las características del alcance de la muestra.

La población de este estudio ha sido definida considerando la cantidad de trabajadores pertenecientes a organizaciones del sector de consumo masivo que trabajan bajo la modalidad del teletrabajo en Lima metropolitana en el año 2022.

El público objetivo de estas empresas está conformado por hombres y mujeres de Lima Metropolitana tomando como referencia un rango de edad entre veinte y cuarenta años. Luego de definir las características del público objetivo, considerando que es una población infinita, se concluye que la población está conformada por un subgrupo de trabajadores pertenecientes a empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana que ejercen sus funciones bajo la modalidad del teletrabajo.

Finalmente, en base a lo expuesto se puede definir que el presente estudio es no probabilístico, debido a que la selección de los elementos de la población no depende de la probabilidad sino de las causas relacionadas con las características de la investigación (Hernández, 2014).

3.2.2. Muestra

Según Hernández (2014) menciona que los tipos de muestra utilizadas en las investigaciones cualitativas son las no probabilísticas conocidas también como “muestras guiadas por uno o más propósitos”, pues su elección depende de las características de la investigación.

Hernández (2014) explica que la ventaja de una muestra no probabilística, desde un enfoque cuantitativo, es su utilidad para los diseños de estudio que requieren una cuidadosa y controlada elección de casos con determinadas características delimitadas previamente en el planteamiento del problema.

Respecto a la muestra no probabilística por conveniencia, Hernández Sampieri (2014) menciona que es utilizada de acuerdo con los casos disponibles a los que se tiene acceso respecto a la disponibilidad de los participantes en un espacio y tiempo determinado.

Hernández Sampieri (2014) explica que en ocasiones donde la muestra es infinita requiere de una estrategia de muestreo mixto. Por ese motivo, en la presente investigación se ha seleccionado una muestra no probabilística de tipo homogénea por conveniencia, pues poseen características similares y forman parte de situaciones de un mismo proceso de acuerdo con la facilidad de acceso de las personas para participar de la investigación.

3.2.2.1. Muestra Cuantitativa.

Hernández Sampieri (2014) mencionan que al elegir una muestra cuantitativa se cuenta con un patrón predecible y estructurado, en base a la naturaleza de la investigación se ha determinado que esta muestra sea probabilística infinita y por conveniencia.

Se obtiene finalmente que la muestra está conformada por 118 trabajadores que pertenecen a empresas del sector de consumo masivo en Lima Metropolitana y trabajan bajo la modalidad del teletrabajo. Finalmente, se tomó la decisión de complementar el estudio con un muestreo cualitativo.

3.2.2.2. Muestra Cualitativa.

Según Hernández (2014) en una investigación cualitativa la muestra puede contener cierto tipo definido de unidades iniciales y conforme avanza el estudio se pueden ir agregando otros tipos de unidades; es decir depende del desarrollo y los objetivos de la investigación. Por ello, en la presente investigación se observó la necesidad de incrementar gradualmente la cantidad de personas de la muestra con el fin de alcanzar el objetivo del estudio, esto debido a que durante la aplicación del instrumento se identificaron factores potenciales para investigar. Se obtiene finalmente que la muestra está conformada por 20 trabajadores que pertenecen a empresas del sector de consumo masivo de Lima Metropolitana y trabajan bajo la modalidad del teletrabajo.

3.3. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

El presente estudio es de naturaleza mixta, por ello se utilizaron técnicas tanto cualitativas como cuantitativas.

3.3.1. Técnicas cualitativas

En la presente investigación se aplicaron entrevistas a profundidad como técnica cualitativa para la recolección de información. Hernández (2014) menciona que las entrevistas a profundidad son reuniones para intercambiar información entre una persona u otras, se basan en el seguimiento de un guion, en el que se plasman los temas que se buscan abordar a lo largo de los encuentros.

3.3.2. Técnicas cuantitativas

En la presente investigación se aplicaron encuestas para la recolección de datos cuantitativos, debido a que es un estudio de tipo estadístico – descriptivo. Con la información recolectada en las encuestas, se analizó y procesó los resultados mediante la herramienta de Microsoft llamada Excel, el cual logró un análisis estadístico más complejo y preciso, relacionando las dos variables seleccionadas. La encuesta tuvo preguntas de opción múltiple, escalas de valoración y escala de Likert, y fue repartida a los trabajadores de diferentes instituciones y completada voluntariamente. Malhotra (2008) explica que las encuestas son una herramienta que se utiliza mediante un cuestionario prediseñado, el cual posee una

misma estructura para todos los que la reciban y además tiene como fin obtener información específica. Adicionalmente a ello, se realizaron entrevistas de forma virtual y presencial.

3.3.3. Datos primarios y Secundarios

Con el fin de recolectar información de datos primarios, se aplicaron encuestas y entrevistas virtuales y físicas, las cuales fueron distribuidas mediante un enlace y difundidas en plataformas digitales como LinkedIn y mensajería instantánea. Además, cabe precisar que el cuestionario fue aplicado durante el 2022.

Por otro lado, con respecto a la información secundaria obtenida en la investigación, se apoyó en bases teóricas seleccionadas a detalle para exponer la situación a investigar y conocer los comportamientos de la muestra seleccionada en su entorno laboral según el objeto de la investigación.

3.3.4. Técnicas para el procesamiento de datos

Técnicas cualitativas. Mediante el uso de grabaciones y la transcripción de estas, se aplicó la técnica de sistematización de datos. Esta técnica consiste en transcribir las entrevistas, agruparlas y analizarlas con el fin de encontrar factores en común más representativos entre las variables de estudio y el contexto.

Técnicas cuantitativas. Se trabajó con una base de datos correspondiente a los trabajadores de empresas de consumo masivo en Lima durante el año 2022, donde mediante la prueba Chi – Cuadrado para hallar si existe dependencia o independencia entre variables nominales u ordinales. Posteriormente, se procedió a aplicar las pruebas estadísticas utilizando el programa de Microsoft Excel, con el fin de aplicar la estadística inferencial para comprobar las hipótesis.

Finalmente se realizó la **triangulación de datos** con el fin de integrar la información que se obtuvo de los objetivos, teorías y los instrumentos estudiados, con ello se confirman los resultados obtenidos.

CAPÍTULO 4: Análisis y Resultados

Según Arias (2006), explica que el análisis de datos se enfoca en describir las distintas operaciones en las cuales los datos investigados serán sometidos y de esta forma poder clasificarlos, registrarlos y tabularlos según sea el caso.

Con respecto al análisis de los datos de la presente investigación, se ejecutó el uso de la encuesta y entrevistas como herramientas fundamentales para la recopilación de datos de la actual investigación, con la cual se logró analizar, comparar y discutir los resultados que se obtuvieron. El instrumento que se aplicó ha sido elaborado y utilizado por las autoras de la tesis, en relación con las variables de cultura organizacional y desempeño laboral aplicado a la modalidad del teletrabajo. La difusión de las encuestas se ha realizado mediante la plataforma Google, utilizando el enlace y enviándolo a los trabajadores de las empresas de consumo masivo por medio de las redes de comunicación como LinkedIn, WhatsApp y Slack.

Se obtuvo un total de 118 respuestas por parte de las encuestas y 20 entrevistas, realizadas a las personas que conformaron la muestra, y en base a las respuestas se presentarán los resultados que responderán a los objetivos de la presente investigación con el análisis estadístico.

4.1. Análisis y Resultados: Metodología cuantitativa

4.1.1. Índice de Consistencia: Alfa Cronbach:

Con el fin de medir la confiabilidad del instrumento para la recolección de datos mediante las encuestas, se hizo uso de la fórmula matemática del Alfa de Cronbach, la cual calcula la correlación de los ítems con los demás que se encuentran en una escala de Likert, donde el alfa equivale al promedio de los coeficientes del cálculo del instrumento (Cozby, 2005). Cabe resaltar que debido a que la actual investigación tiene preguntas en escala de Likert y también preguntas abiertas, solo se ha considerado las preguntas en dicha escala para medir la consistencia del instrumento. La siguiente fórmula la representa:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \times \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^K \sigma_{Y_i}^2}{\sigma_X^2}\right)$$

Donde:

K = Número de ítems en la escala.

$\sigma^2 Y_i$ = Varianza del ítem i.

$\sigma^2 X$ = Varianza de las puntuaciones observadas en las respuestas de los individuos.

Además, los criterios de Interpretación de la tabla de Cronbach son los siguientes:

Coeficiente	Criterio
α de Cronbach < 0,5	Es inaceptable
α de Cronbach \geq 0,5	Es pobre
α de Cronbach \geq 0,6	Es cuestionable
α de Cronbach \geq 0,7	Es aceptable
α de Cronbach \geq 0,8	Es bueno
α de Cronbach \geq 0,9	Es excelente

Nota. De Metodología de la Investigación, Hernández Sampieri, 2014, México: McGrawHill.

Como se puede observar en el coeficiente de Cronbach, cuando un coeficiente es mayor a 0.6 representa una buena consistencia y confiabilidad. El resultado del análisis con los ítems de las encuestas realizadas se encuentra en el rango de 0.9, lo cual indica que el instrumento tiene excelente consistencia y confiabilidad.

4.2. Perfil de encuestados

Se realizaron preguntas demográficas con el fin de analizar la información recolectada en las encuestas aplicadas al público objetivo elegido para la investigación. Esta muestra está compuesta por trabajadores de empresas de consumo masivo que laboran bajo la modalidad del teletrabajo en Lima Metropolitana, se tomó la siguiente información demográfica: género, rango de edad, distrito de residencia, puesto que ocupan en la empresa y rango salarial. A continuación, se detallan los resultados del instrumento:

4.2.1. Género

En cuanto al género, la tabla 2 indica que el 40% de los trabajadores de las empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana son de género masculino, mientras que el 60% de las trabajadoras representa el género femenino.

Tabla 1

Tabla de Frecuencia del Género de los Encuestados

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
a) Masculino	47	40%	40%	40%
b) Femenino	71	60%	60%	100%
c) Prefiero no especificar	0	0%	0%	100%
TOTAL	118	100%	100%	

Figura 1*Género de los encuestados*

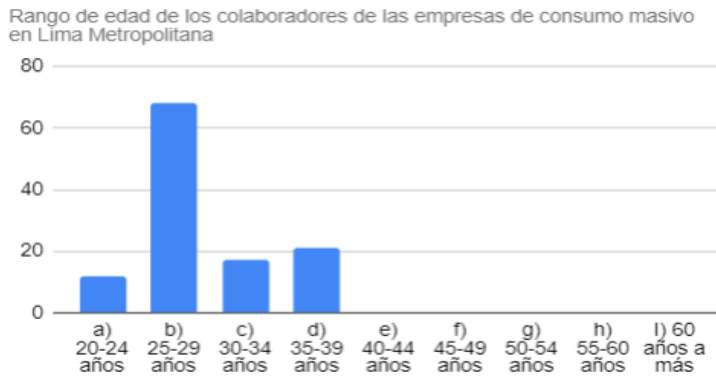
Género de los trabajadores de las empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana

**4.2.2. Rango de edad:**

Según las encuestas, la tabla 3 demuestra que el rango de edad con mayor número de encuestados de las empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana, oscilan entre los 25 y 39 años (58%). El rango que le sigue oscila entre 35 y 39 años (18%) y finalmente en un porcentaje menor el rango de 30 y 34 años (14%). Cabe indicar que no se obtuvieron respuestas con encuestados mayores a 40 años.

Tabla 2*Tabla de frecuencia de la Edad de los Encuestados*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
a) 20-24 años	12	10%	10%	10%
b) 25-29 años	68	58%	58%	68%
c) 30-34 años	17	14%	14%	82%
d) 35-39 años	21	18%	18%	100%
e) 40-44 años	0	0%	0%	100%
f) 45-49 años	0	0%	0%	100%
g) 50-54 años	0	0%	0%	100%
h) 55-60 años	0	0%	0%	100%
i) 60 años a más	0	0%	0%	100%
TOTAL	118	100%	82%	

Figura 2*Rango de Edad de los Encuestados***4.2.3. Distrito de Residencia**

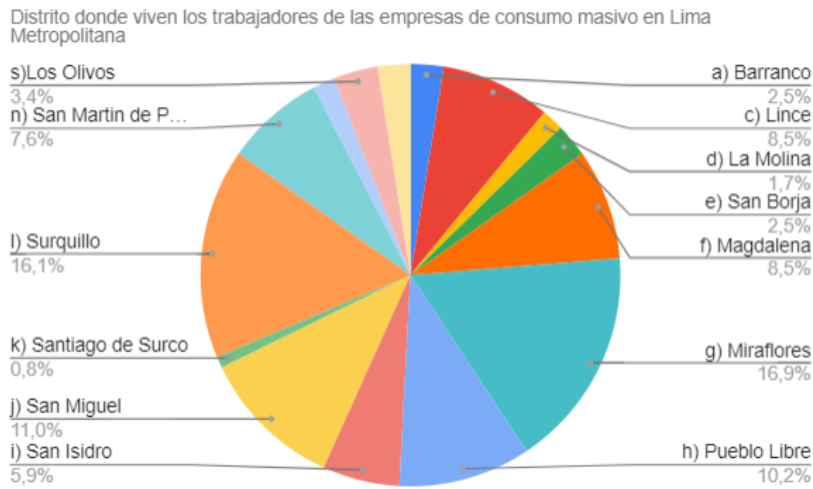
Con respecto al distrito de residencia de los encuestados, la tabla indica que se encontró la mayor concentración en el distrito de Miraflores (17%), otro distrito con alta participación es Surquillo (16%) y un tercer distrito con gran participación es San Miguel (11%). Los distritos con menos concentración de encuestados son La Molina (2%), SJL (2%) y Santiago de Surco (1%).

Tabla 3*Distrito de Residencia de Encuestados*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
a) Barranco	3	3%
c) Lince	10	8%
d) La Molina	2	2%
e) San Borja	3	3%
f) Magdalena	10	8%
g) Miraflores	20	17%
h) Pueblo Libre	12	10%
i) San Isidro	7	6%
j) San Miguel	13	11%
k) Santiago de Surco	1	1%
l) Surquillo	19	16%
n) San Martín de Porres	9	8%
o) SJL	2	2%
s) Los Olivos	4	3%
T) otros: Callao	3	3%
TOTAL	118	100%

Figura 3

Distrito Donde Viven los Encuestados



4.2.4. Puesto que ocupan en las empresas de consumo masivo de Lima Metropolitana

Se realizó la pregunta acerca de los puestos de trabajo de cada colaborador de la empresa con el fin de conocer si existe una relación entre el puesto laboral y la conexión con la cultura organizacional de cada integrante. La tabla 5 indica que el puesto que tuvo mayor participación en la encuesta fueron los Analistas Junior (48%), y el siguiente grupo son los Analistas Senior (18%). El puesto que tuvo menor participación fue el de director (1%).

Tabla 4

Tabla de Frecuencia en Relación con el Puesto que Ocupan en las Empresas de Consumo Masivo

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
a) Practicante	7	6%	6%	6%
b) Asistente	11	9%	9%	15%
c) Analista Junior	57	48%	48%	64%
d) Analista Senior	21	18%	18%	81%
e) Especialista	12	10%	10%	92%
f) Manager	5	4%	4%	96%
g) Director	1	1%	1%	97%
h) Otros	4	3%	3%	100%
TOTAL	118	1	1	

Figura 4

Puesto De Trabajo Que Ocupan Los Encuestados De Las Empresas De Consumo Masivo En Lima Metropolitana



4.2.5. Nivel de ingresos de los empleados, en las empresas de consumo masivo de Lima Metropolitana

Se realizó la pregunta acerca del nivel de ingresos de cada colaborador de las empresas de consumo masivo encuestados. La tabla 6 indica el nivel de ingreso que tuvo mayor participación en la encuesta, el más significativo fue el rango de s/3000 - s/3500 (31%), y el siguiente grupo son s/4000-s/4500 (13%) y s/5000 - s/5500 (12%).

Tabla 5

Tabla De Frecuencia En Relación Con Los Ingresos Que Reciben Los Empleados En Las Empresas De Consumo Masivo

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
a) 1000 - 1500	10	8%
b) 1500 - 2000	8	7%
c) 2000 - 2500	8	7%
d) 2500 - 3000	11	9%
e) 3000 - 3500	37	31%
f) 3500 - 4000	8	7%
g) 4000 - 4500	15	13%
h) 4500 - 5000	1	1%
i) 5000 - 5500	14	12%
j) 5500 - 6000	1	1%
l) 6500 - 7000	1	1%
m) 7000 a más	4	3%
TOTAL	118	100%

Figura 5

Nivel De Ingresos Que Reciben Los Encuestados De Las Empresas De Consumo Masivo En Lima Metropolitana



4.3. Relación de la Cultura

Organizacional de los empleados en las empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana

4.3.1. Confirmación de los encuestados de trabajan en empresas de consumo masivo

La tabla 7 muestra el 100% de los encuestados (118 colaboradores), los cuales confirmaron que trabajan en empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana, como una de las preguntas principales, requisito para poder continuar con las demás preguntas.

Tabla 6

Encuestados Que Trabajan En Empresas De Consumo Masivo Que Realizaron La Encuesta

Respuestas	¿Trabaja en consumo masivo?	Porcentaje
SI	118	100%
NO	0	0

Figura 6

Personas Que Trabajan En Empresas De Consumo Masivo Que Realizaron La Encuesta



4.3.2. Confirmación de los encuestados que realizan teletrabajo

La tabla 8 demuestra los 100% de encuestados (118 colaboradores) que confirmaron que realizan la actividad de teletrabajo, como una de las preguntas principales, requisito para poder continuar con las demás preguntas.

Tabla 7

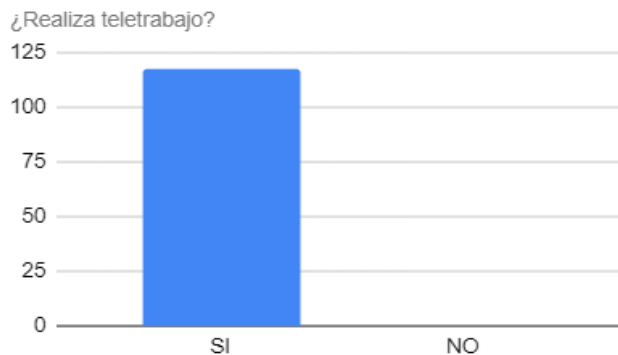
Encuestados Que Trabajan En Empresas Practicando El Teletrabajo, Realizaron La Encuesta

Respuestas	¿Realiza teletrabajo?	Porcentaje
SI	118	100%
NO	0	0

Figura 7

Personas Que Practican La Actividad Del Teletrabajo, Y Realizaron La Encuesta

Nota: La figura 7 indica la cantidad de personas que realizan teletrabajo que participaron en el trabajo de investigación.



4.3.3. Solidez de la cultura organizacional de las empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana

Respecto a la solidez de la cultura organizacional en las empresas de consumo masivo, la tabla 9 indica la respuesta con mayor frecuencia, la cual fue De acuerdo (72%) donde se indica que las empresas de consumo masivo mantiene consolidada su cultura organizacional, otro grupo de respuesta fue A veces (21%), y cabe resaltar que ninguno de los encuestados indicó que las empresas de consumo masivo nunca mantienen consolidada su cultura organizacional, lo cual es un índice positivo pues indica que más del 50% de los encuestados está conforme con la solidez de la cultura de la empresa en donde laboran.

Tabla 8

Tabla De Frecuencia En Base A La Solidez De La Cultura Organizacional Según Los Encuestados

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
a) De acuerdo	85	72%	72%	72%
b) A veces	25	21%	21%	93%
c) Indiferente	8	7%	7%	100%
d) Casi nunca	0	0%	0%	100%
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
e) Muy en desacuerdo	0	0%	0%	100%
TOTAL	118	1	1	

Figura 8

Solidez De La Cultura Organizacional De Las Empresas De Consumo Masivo



4.3.4. Relación de la posición de trabajo de los colaboradores con respecto a la solidez de la cultura organizacional.

Se realizó un mayor análisis para conocer si existe una relación entre la posición laboral de los trabajadores de las empresas de consumo masivo con su opinión respecto a la solidez de la cultura de su empresa. Los resultados fueron favorables, pues la tabla 10 indica que los analistas son quienes en su mayoría consideraron que la cultura de las empresas de consumo masivo se encuentra consolidada, además de los Analistas Senior y Especialistas, en total un 79% opinaron de la misma forma.

Tabla 9

Tabla Cruzada De La Posición De Trabajo De Los Colaboradores De Las Empresas De Consumo Masivo Con Respecto A La Solidez De Su Cultura Organizacional

	a) Siempre	%	b) Casi Siempre	%	c) Indiferente	%	d) Casi Nunca	%	Suma total	% TOTAL
a) Practicante	5	5%	1	5%	1	100%	1	100%	7	6%
b) Asistente	10	11%	1	5%		0%	0	0%	11	9%
c) Analista Junior	49	52%	7	33%		0%	0	0%	57	48%
d) Analista Senior	14	15%	7	33%		0%	0	0%	21	18%
e) Especialista	11	12%		0%		0%	0	0%	12	10%
f) Manager	3	3%	2	10%		0%	0	0%	5	4%
g) Director		0%	1	5%		0%	0	0%	1	1%
h) Otros	2	2%	2	10%	1	100%	1	100%	2	2%
TOTAL	94	100%	21	100%	1	100%	1	100%	118	100%

4.3.5. Porcentaje de identificación y compromiso con respecto a la historia de las empresas de consumo masivo en Perú según sus colaboradores encuestados

Se realizó el análisis para conocer si existía relación entre la identificación y compromiso que poseen los empleados de las empresas de consumo masivo con respecto a la historia de las empresas donde laboran. Los resultados indican que el 80% de los encuestados “siempre” se siente identificado y comprometido, mientras que el 18% respondió “casi siempre”. El 3% fue indiferente o indica que casi nunca se siente identificado con la historia donde labora. Ningún encuestado indicó que “Nunca” se siente identificado. Los resultados fueron positivos para las empresas de consumo masivo, lo cual indica que se está realizando una gran labor en su cultura organizacional.

Tabla 10

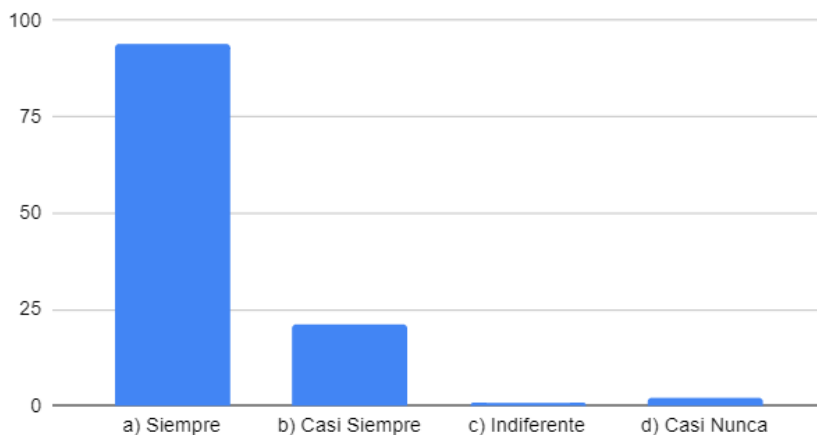
Tabla De Frecuencia Sobre Identificación Y Compromiso Con Respecto A La Historia De Las Empresas De Consumo Masivo En El Perú Según Los Encuestados

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
a) Siempre	94	80%	80%	80%
b) Casi Siempre	21	18%	18%	97%
c) Indiferente	1	1%	1%	98%
d) Casi Nunca	2	2%	2%	100%
TOTAL	118	100%	100%	

Figura 9

Identificación Y Compromiso Con Respecto A La Historia De Las Empresas De Consumo Masivo En El Perú Según Los Encuestados

¿Se identifica y/o compromete con la historia de la empresa donde labora? La historia de una organización incluye su evolución, cultura y valores.



4.3.6. Relación de los ingresos de los encuestados que trabajan en empresas de consumo masivo, con respecto a su identificación y compromiso con respecto a la historia de las empresas donde laboran.

Se realizó un análisis en una tabla cruzada 12 para conocer si existía relación entre los ingresos de los colaboradores de las empresas de consumo masivo con respecto a su conocimiento en la historia de las empresas donde laboran, el resultado es que los colaboradores que conocen menos la organización son quienes tienen ingresos s./1000 - s./1500, mientras que los porcentajes son mayores con respecto a las personas que indican que si se comprometen e identifican con la empresa donde labora, tienen ingresos superiores a s./2500 - s./3000.

Tabla 11

Tabla Cruzada En Base A La Evaluación Del Clima Laboral Presencial Por Los Encuestados Según Sus Puestos De Trabajo

INGRESOS	a) Siempre	%	b) Casi Siempre	%	c) Indiferente	%	d) Casi Nunca	%	Suma total	% TOTAL
a) 1000 - 1500	8	9%	1	5%	1	100%		0%	10	8%
b) 1500 - 2000	7	7%	1	5%		0%		0%	8	7%
c) 2000 - 2500	7	7%	1	5%		0%		0%	8	7%
d) 2500 - 3000	10	11%	1	5%		0%		0%	11	9%
e) 3000 - 3500	32	34%	5	24%		0%		0%	37	31%

INGRESOS	a) Siempre	%	b) Casi Siempre	%	c) Indiferente	%	d) Casi Nunca	%	Suma total	% TOTAL
f) 3500 - 4000	6	6%		0%		0%	2	100%	8	7%
g) 4000 - 4500	9	10%	6	29%		0%		0%	15	13%
h) 4500 - 5000	1	1%		0%		0%		0%	1	1%
i) 5000 - 5500	12	13%	2	10%		0%		0%	14	12%
j) 5500 - 6000		0%	1	5%		0%		0%	1	1%
l) 6500 - 7000	1	1%		0%		0%		0%	1	1%
m) 7000 a más	1	1%	3	14%		0%		0%	4	3%
TOTAL	94	100%	21	100%	1	100%	2	100%	118	100%

4.3.7. Análisis de los trabajadores que evalúan el clima laboral en empresas de consumo masivo, de forma presencial

Fue importante definir si los encuestados consideraban que las empresas de consumo masivo donde laboran poseen un buen clima laboral de forma presencial ya que para que la cultura organizacional sea sólida, se debe de enfatizar la misma realizando un buen trabajo en oficina. Los resultados fueron positivos, ya que la tabla 13 muestra que 91 trabajadores (77%) indicaron que Siempre tienen un buen clima laboral, mientras que 22 trabajadores (19%) mencionan que tienen Casi Siempre tiene un buen clima laboral, y finalmente 4 trabajadores (3%) son indiferentes. Cabe resaltar que solo un trabajador (1%) encuestado ha calificado que la empresa donde labora Casi Nunca tiene buen clima laboral, y ningún trabajador indicó que Nunca tiene buen clima laboral.

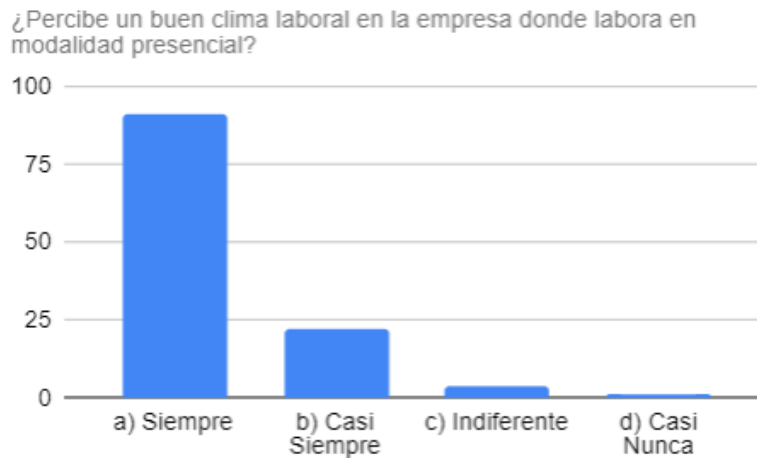
Tabla 12

Tabla De Frecuencia Sobre La Evaluación Del Clima Laboral Presencial Por Los Encuestados

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
a) Siempre	91	77%	77%	77%
b) Casi Siempre	22	19%	19%	96%
c) Indiferente	4	3%	3%	99%
d) Casi Nunca	1	1%	1%	100%
TOTAL	118	100%	100%	

Figura 10

Evaluación Sobre El Clima Laboral En Empresas De Consumo Masivo De Forma Presencial



4.3.8. Relación de la posición de trabajo de los colaboradores de las empresas de consumo masivo, con respecto a la evaluación del clima laboral de forma presencial.

Es de vital importancia conocer si la posición de trabajo en las empresas de consumo masivo de Lima Metropolitana, guardan relación con la respuesta ante la consulta del buen clima laboral de forma presencial. En los resultados de la tabla 14 se puede analizar que son los Analistas Junior (49%) y Analistas Senior (16%) que sienten que el clima laboral siempre es bueno, mientras que hay una gran cantidad de Managers (14%) quienes indican que Casi Siempre es bueno el clima laboral. Cabe mencionar que ningún colaborador indicó que nunca es bueno el clima laboral bajo la modalidad presencial, lo que es un gran índice que explica el buen clima en las empresas de consumo masivo, debido a factores relacionados a una sólida cultura organizacional.

Tabla 13

Tabla Cruzada En Base A La Evaluación Del Clima Laboral Presencial Y Virtual Por Los Encuestados Según Sus Puestos De Trabajo

	a)	%	b) Casi	%	c)	%	d) Casi	%	Suma	%
	Siempre		Siempre		Indiferente		Nunca		total	TOTAL
a)	5	5%	2	10%		0%	1	100%	7	6%
Practicante										
b) Asistente	7	7%	4	19%		0%		0%	11	9%
c) Analista Junior	49	52%	8	38%		0%		0%	57	48%
d) Analista Senior	11	12%	9	43%		0%		0%	21	18%

	a) Siempre	%	b) Casi Siempre	%	c) Indiferente	%	d) Casi Nunca	%	Suma total	% TOTAL
e)	8	9%	4	19%		0%		0%	12	10%
Especialista										
f) Manager	2	2%	2	10%		0%		0%	4	3%
g) Director		0%	1	5%		0%		0%	1	1%
h) Otros	3	3%	1	5%	1	100%		0%	4	3%
Suma total	85	90%	31	148%	1	100%	1	100%	118	100%

4.3.9. Análisis de los trabajadores que evalúan el clima laboral en empresas de consumo masivo, de forma virtual

Es importante definir si los encuestados consideraron que las empresas de consumo masivo donde laboran poseen un buen clima laboral de forma virtual, ya que para que la cultura organizacional sea sólida, se debe de enfatizar la misma realizando un buen trabajo fuera de oficina, es decir virtual. Los resultados de la tabla 15 fueron positivos pues 85 trabajadores (72%) indicaron que Siempre tienen un buen clima laboral, mientras que 31 trabajadores (26%) indicaron que tienen Casi Siempre un buen clima laboral, y finalmente 4 trabajadores (3%) fueron indiferentes. Cabe resaltar que solo un trabajador (1%) encuestado calificó que la empresa donde labora Casi Nunca tiene buen clima laboral, y ningún trabajador indicó que Nunca tiene buen clima laboral.

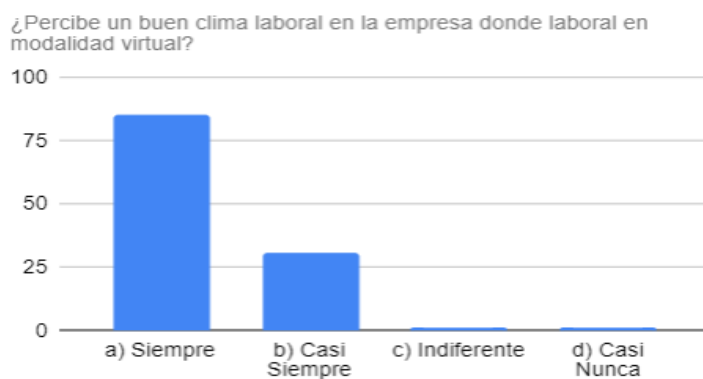
Tabla 14

Tabla De Frecuencia Sobre La Evaluación Del Clima Laboral Virtual Por Los Encuestados

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
a) Siempre	85	72%	72%	72%
b) Casi Siempre	31	26%	26%	98%
c) Indiferente	1	1%	1%	99%
d) Casi Nunca	1	1%	1%	100%
TOTAL	118	100%	100%	

Figura 11

Evaluación Sobre El Clima Laboral En Empresas De Consumo Masivo De Forma Virtual



4.3.10. Relación de la posición de trabajo de los colaboradores de las empresas de consumo masivo, con respecto a la evaluación del clima laboral de forma virtual

Es de vital importancia conocer si la posición de trabajo en las empresas de consumo masivo de Lima Metropolitana, guardan relación con la respuesta ante la consulta del buen clima laboral tanto de forma virtual. En los resultados de la tabla 16 se puede analizar que son los Analistas Junior (52%) y Analistas Senior (12%) que sintieron que el clima laboral siempre es bueno, mientras que hay una gran cantidad de Especialistas y Asistentes (38%) quienes indicaron que Casi Siempre es bueno el clima laboral. Cabe mencionar que ningún colaborador indicó que nunca es bueno el clima laboral bajo la modalidad virtual, lo que es un gran índice que explica el buen clima en XY debido a factores relacionados a una sólida cultura organizacional.

Tabla 15

Tabla Cruzada En Base A La Evaluación Del Clima Laboral Virtual Por Los Encuestados Según Sus Puestos De Trabajo

	a)	%	b) Casi	%	c)	%	d) Casi	%	Suma	%
	Siempre		Siempre		Indiferente		Nunca		total	TOTAL
a) Practicante	5	5%	2	10%	0%	1	100%	0%	7	6%
b) Asistente	7	7%	4	19%	0%	0	0%	0%	11	9%
c) Analista Junior	49	52%	8	38%	0%	0	0%	0%	57	48%
d) Analista Senior	11	12%	9	43%	0%	0	0%	0%	21	18%
e) Especialista	8	9%	4	19%	0%	0	0%	0%	12	10%
f) Manager	2	2%	2	10%	0%	0	0%	0%	4	3%
	a)	%	b) Casi	%	c)	%	d) Casi	%	Suma	%
	Siempre		Siempre		Indiferente		Nunca		total	TOTAL
g) Director		0%	1	5%		0%		0%	1	1%
h) Otros	3	3%	1	5%	1	100%		0%	4	3%
Suma total	85	90%	31	148%	1	100%	1	100%	118	100%

4.3.11. Selección de la orientación que identifican más a los colaboradores de las empresas de consumo masivo, con respecto a la cultura organizacional

De acuerdo con los resultados de la tabla 17, se puede verificar que la orientación más representativa para los trabajadores de consumo masivo es “resolución de problemas, dicho valor obtuvo 82% de puntaje, mientras que la orientación en base a “resultados” obtuvo un puntaje de 76% y el siguiente favorito es la orientación en base a las “normas”, la cual obtuvo una puntuación de 75%.

La orientación menos considerada fue “Personas” con una puntuación de 27%. Cabe mencionar que todos los encuestados se sienten identificados con las orientaciones descritas y nadie indicó que no le representan ningún valor. Además, en esta pregunta se dio la opción de elegir de forma múltiple los valores que más representan a cada uno, ya que podían elegir más de una opción sin límite.

Tabla 16

Selección De Las Orientaciones Más Representativas En Las Labores Que Realizan Día A Día Los Encuestados, Con Respecto A La Cultura Organizacional

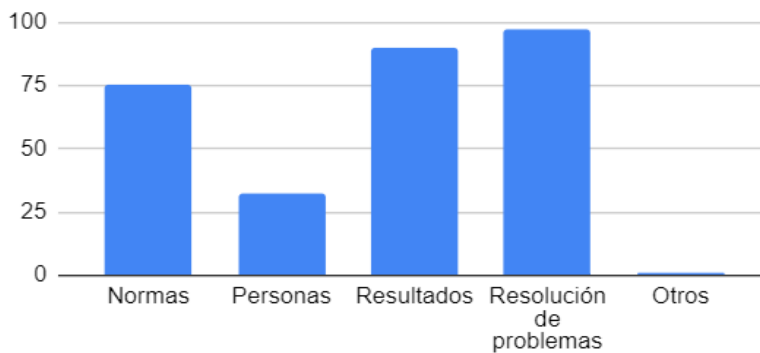
Orientación	TOTAL	%
Normas	75	64%
Personas	32	27%
Resultados	90	76%
Resolución de problemas	97	82%
Otros	1	1%

Figura 12

Orientaciones De La Cultura Organizacional En Empresas De Consumo Masivo

Nota: La figura 12 indica la orientación donde los colaboradores se sienten identificados con respecto a la empresa donde laboran.

Respecto a la CULTURA ORGANIZACIONAL de la empresa donde labora, qué orientación la identifica más (se puede elegir más de una opción):



4.3.12. Resultados acerca de la identificación de los encuestados con respecto a los tipos de cultura en la empresa donde laboran

En cuanto a los tipos de cultura que tienen las empresas, se seleccionó esta pregunta en base a la identificación de cada encuestado con respecto a los tipos de cultura en la empresa de consumo masivo donde labora. La tabla 18 indica que el 30% de encuestados afirma que se identifica con la cultura adhocrática, mientras que el 29% indica que se identifica con la Cultura de poder, el 24% se

identifica con la cultura de la función y finalmente el 18% de los encuestados se identifica con Cultura grupal.

Cabe indicar que, en la encuesta, se colocó la definición de cada uno para que las personas encuestadas puedan seleccionar la opción con la cual se identifiquen más.

Tabla 17

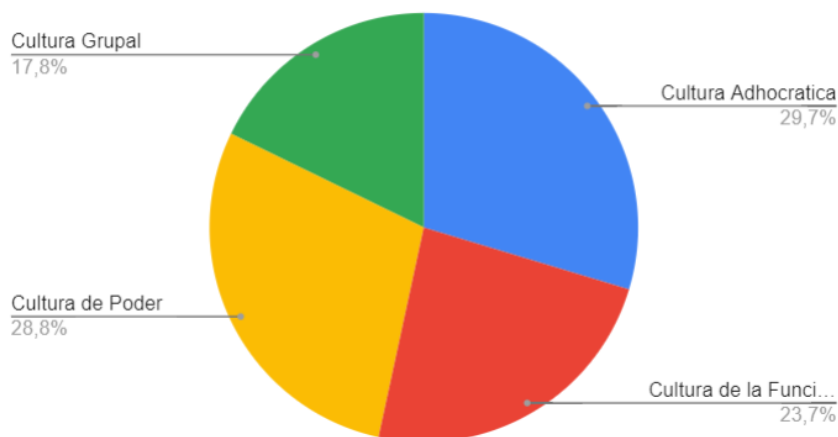
Tabla De Frecuencia En Base A La Identificación De Los Encuestados Con Respecto A Los Tipos De Cultura En La Empresa Donde Laboran

Definición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Cultura Adhocrática	35	30%	30%	30%
Cultura de la Función	28	24%	24%	53%
Cultura de Poder	34	29%	29%	82%
Cultura Grupal	21	18%	18%	100%
TOTAL	118	100%	100%	

Figura 13

Resultados En Base A La Identificación De Los Encuestados Con Respecto A Los Tipos De Cultura

De las siguientes definiciones cuál identifica más a la CULTURA ORGANIZACIONAL de su empresa?



4.4. Relación del Desempeño Laboral de los empleados en las empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana

4.4.1. Resultados acerca de los aspectos más importantes del desempeño laboral de los colaboradores de empresas de consumo masivo, considerando la escala del 1 al 5.

Es importante conocer los aspectos más importantes del desempeño laboral de los colaboradores que trabajan en empresas de consumo masivo, ya que en base a ello la empresa puede reforzar su desempeño laboral en los aspectos que tengan menor porcentaje y afianzarlo. Según los resultados de la tabla 19, tiene una mayor importancia el Esfuerzo (85%), le sigue el Trabajo en equipo (85%), y el siguiente aspecto más importante para los colaboradores es la Organización (77%). Los aspectos con menos valor para los empleados fueron Iniciativa y Relaciones interpersonales (69), pues obtuvieron mayor puntuación en la escala de 2 y 3.

Tabla 18

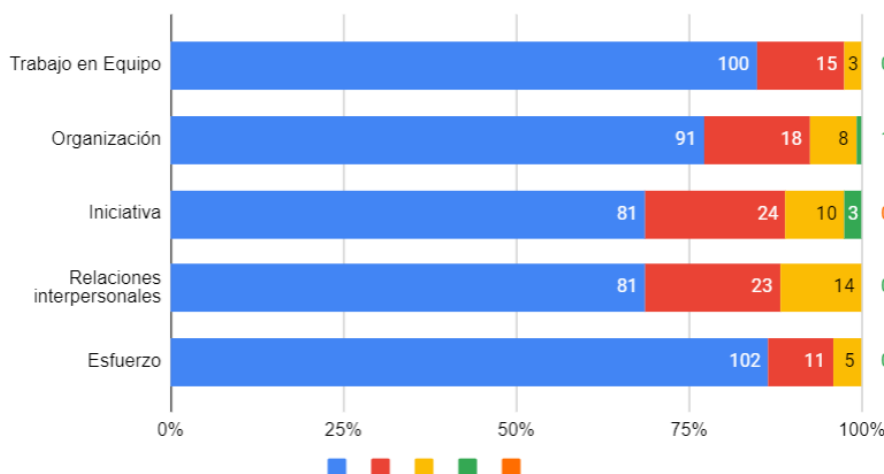
Tabla De Frecuencia En Base A La Identificación De Los Aspectos Más Importantes Del Desempeño Laboral

Respuesta	5		4		3		2		1		TOTAL
Trabajo en Equipo	100	85%	15	13%	3	3%	0	0%	0	0%	118
Organización	91	77%	18	15%	8	7%	1	1%	0	0%	118
Iniciativa	81	69%	24	20%	10	8%	3	3%	0	0%	118
Relaciones interpersonales	81	69%	23	19%	14	12%	0	0%	0	0%	118
Esfuerzo	102	86%	11	9%	5	4%	0	0%	0	0%	118
TOTAL	455	77%	91	15%	40	7%	4	1%	0	0%	590

Figura 14

Resultados En Base A La Identificación De Los Aspectos Más Importantes Del Desempeño Laboral

Considerando la escala del 1 al 5, siendo 5 Muy Satisfactorio y 1 Nada Satisfactorio, ¿Cómo evaluaría los siguientes aspectos de su desempeño laboral del día a día?



4.4.2. Resultados acerca del factor determinante en la medición de la gestión del desempeño laboral de los encuestados en las empresas de consumo masivo

Con respecto a los factores determinantes en la medición del desempeño laboral de cada colaborador encuestado, que laboran en empresas de consumo masivo, se obtuvo que la definición con la cual se sienten más identificados es Medir el grado de cumplimiento de sus objetivos en el puesto, con un 53%; la siguiente definición más representativa fue El nivel de eficiencia y responsabilidad en el puesto con un 31%. La medición con porcentaje más bajo fue El nivel de productividad en el puesto con un 7%. Las mediciones de la tabla 20 son muy importantes pues se relacionan al desempeño laboral del día a día de los colaboradores.

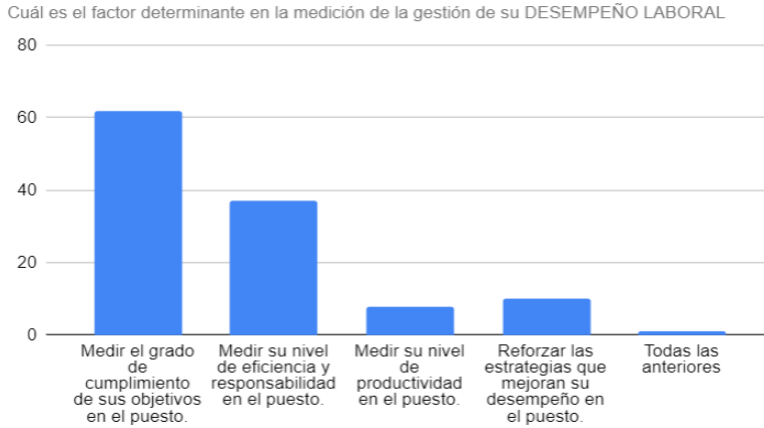
Tabla 19

Tabla De Frecuencia En Base A La Identificación Del Factor Determinante En La Medición De La Gestión Del Desempeño Laboral De Los Encuestados En Las Empresas De Consumo Masivo

Definición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Medir el grado de cumplimiento de sus objetivos en el puesto.	62	53%	53%	53%
Medir su nivel de eficiencia y responsabilidad en el puesto.	37	31%	31%	84%
Medir su nivel de productividad en el puesto.	8	7%	7%	91%
Definición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Reforzar las estrategias que mejoran su desempeño en el puesto.	10	8%	8%	99%
Todas las anteriores	1	1%	1%	100%
TOTAL	118	100%	100%	

Figura 15

Resultados En Base A La Identificación Del Factor Determinante En La Medición De La Gestión Del Desempeño Laboral De Los Encuestados En Las Empresas De Consumo Masivo



4.4.3. Resultados acerca de la motivación de las empresas de consumo masivo hacia sus trabajadores

Con respecto a la motivación que reciben los empleados de las empresas de consumo masivo, en la tabla 21, se obtuvo que un 53% de encuestados siempre se siente motivado, además de un 37% que casi siempre se siente motivado. El 5% de los encuestados es indiferente a la pregunta formulada en la encuesta, mientras que un 4% indica que casi nunca se siente motivado.

Estos resultados son importantes ya que repercuten en el desempeño laboral de cada trabajador, y las organizaciones pueden tomar medidas para mejorar la calidad de trabajo que se le ofrece a los colaboradores.

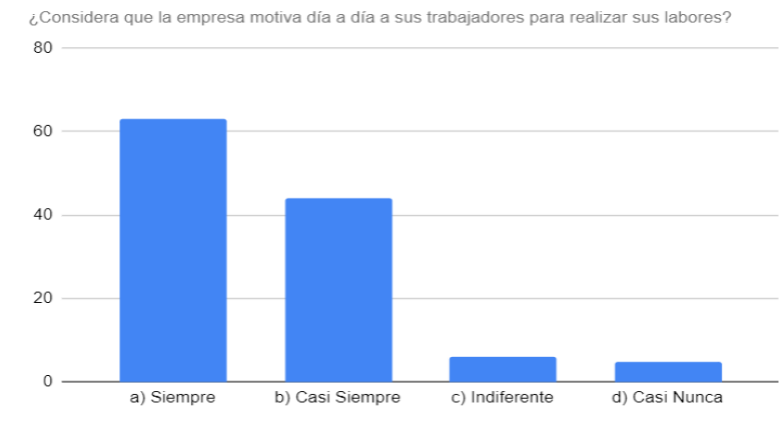
Tabla 20

Tabla De Frecuencia En Base A La Motivación De Las Empresas De Consumo Masivo Hacia Sus Trabajadores

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
a) Siempre	63	53%	53%	53%
b) Casi Siempre	44	37%	37%	91%
c) Indiferente	6	5%	5%	96%
d) Casi Nunca	5	4%	4%	100%
TOTAL	118	100%	100%	

Figura 16

Resultados En Base A La Motivación De Las Empresas De Consumo Masivo Hacia Sus Trabajadores



4.4.4. Resultados acerca de la importancia de los factores actitudinales en el desempeño laboral de los encuestados

Es importante conocer los factores actitudinales en el desempeño laboral de los trabajadores de empresas de consumo masivo. Los resultados de la tabla 22 indicaron que la Disciplina (86%) es el factor actitudinal calificado como más importante, seguido de Responsabilidad (79%), como siguiente factor está la Actitud cooperativa (65%), Presentación personal (51%) Creatividad (49%) y el factor con menor calificación es Iniciativa (46%).

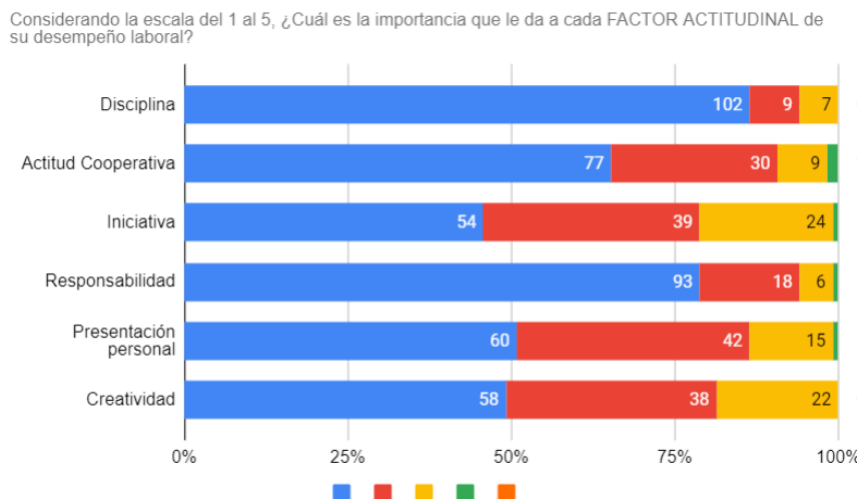
Tabla 21

Tabla De Frecuencia En Base A Los Resultados De La Importancia De Los Factores Actitudinales Del Desempeño Laboral De Las Personas Encuestadas

Respuesta	5	4	3	2	1	TOTAL					
Disciplina	102	86%	9	8%	7	6%	0	0%	0	0%	118
Actitud Cooperativa	77	65%	30	25%	9	8%	2	2%	0	0%	118
Iniciativa	54	46%	39	33%	24	20%	1	1%	0	0%	118
Responsabilidad	93	79%	18	15%	6	5%	1	1%	0	0%	118
Presentación personal	60	51%	42	36%	15	13%	1	1%	0	0%	118
Creatividad	58	49%	38	32%	22	19%	0	0%	0	0%	118
TOTAL	444	63%	176	25%	83	12%	5	1%	0	0%	708

Figura 17

Resultados En Base A La Importancia De Los Factores Actitudinales Del Desempeño Laboral De Las Personas Encuestadas



4.4.5. Resultados acerca de la importancia de los factores operativos en el desempeño laboral de los encuestados

Es importante conocer los factores operativos en el desempeño laboral de los trabajadores de empresas de consumo masivo. Los resultados de la tabla 23 indicaron que el Liderazgo (86%) es el factor actitudinal calificado como más importante, seguido de Trabajo en Equipo (81%), como siguiente factor está la Calidad (77%), Exactitud (76%) y el factor con menor calificación es Cantidad (45%).

Tabla 22

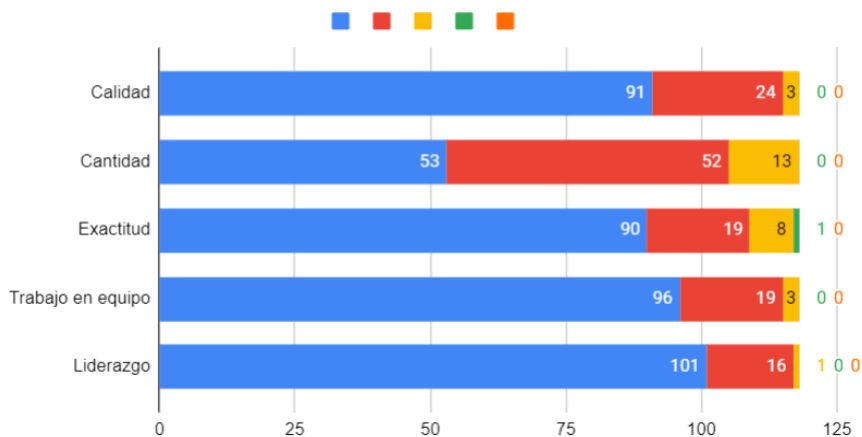
Tabla De Frecuencia En Base A Los Resultados De La Importancia De Los Factores Operativos Del Desempeño Laboral De Las Personas Encuestadas

Respuesta	5	4	3	2	1	TOTAL					
Calidad	91	77%	24	20%	3	3%	0	0%	0	0%	118
Cantidad	53	45%	52	44%	13	11%	0	0%	0	0%	118
Exactitud	90	76%	19	16%	8	7%	1	1%	0	0%	118
Trabajo en equipo	96	81%	19	16%	3	3%	0	0%	0	0%	118
Liderazgo	101	86%	16	14%	1	1%	0	0%	0	0%	118
TOTAL	431	73%	130	22%	28	5%	1	0%	0	0%	590

Figura 18

Resultados En Base A La Importancia De Los Factores Operativos Del Desempeño Laboral De Las Personas Encuestadas

Considerando la escala del 1 al 5: ¿Cuál es la importancia que le da a cada FACTOR OPERATIVO de su desempeño laboral?



4.5. Resultados referentes al teletrabajo de los encuestados en las empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana

4.5.1. Resultados acerca de las actividades más importantes que realizan las empresas de consumo masivo durante el teletrabajo

Es de vital importancia conocer las actividades preferidas por los colaboradores que la empresa fomenta día a día para poder incrementar el desempeño laboral y mantener a sus empleados motivados durante la realización de teletrabajo. Los resultados de la tabla 24 mostraron, según la escala de calificación del 1 al 5, la actividad más valorada fue el Plan de reconocimiento por logros (86%) y el Feedback del jefe/Manager (85%), la siguiente actividad que tuvo presencia en la encuesta fue las Capacitaciones (79%). Por otro lado, entre las actividades menos valoradas se encuentran los Correos de integración y correos motivacionales (2%), siendo calificada en la escala

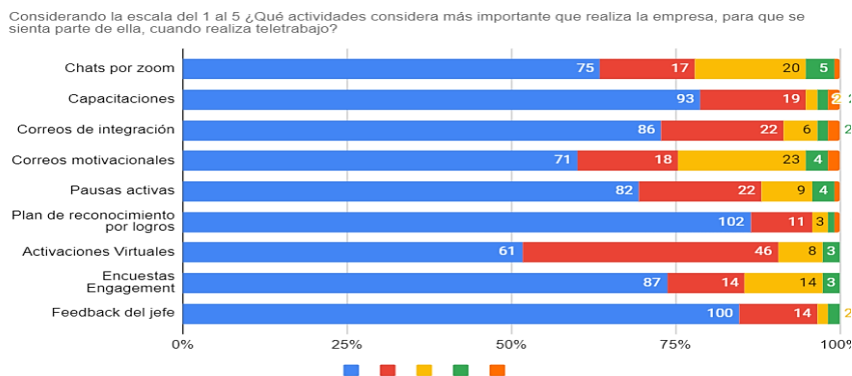
Tabla 23

Tabla De Frecuencia En Base A Los Resultados De Las Actividades Más Importantes Que Realizan Las Empresas De Consumo Masivo Durante El Teletrabajo

Respuesta	5	4	3	2	1	TOTAL
Chats por zoom	75 64%	17 14%	20 17%	5 4%	1 1%	118
Capacitaciones	93 79%	19 16%	2 2%	2 2%	2 2%	118
Correos de integración	86 73%	22 19%	6 5%	2 2%	2 2%	118
Correos motivacionales	71 60%	18 15%	23 19%	4 3%	2 2%	118
Pausas activas	82 69%	22 19%	9 8%	4 3%	1 1%	118
Plan de reconocimiento por logros	102 86%	11 9%	3 3%	1 1%	1 1%	118
Activaciones Virtuales	61 52%	46 39%	8 7%	3 3%	0 0%	118
Encuestas Engagement	87 74%	14 12%	14 12%	3 3%	0 0%	118
Feedback del jefe	100 85%	14 12%	2 2%	2 2%	0 0%	118
TOTAL	757 71%	183 17%	87 8%	26 2%	9 8%	1062

Figura 19

Resultados En Base A Los Resultados De Las Actividades Más Importantes Que Realizan Las Empresas De Consumo Masivo Durante El Teletrabajo



4.5.2. Resultados acerca de la adaptación de la cultura organizacional de las empresas de consumo masivo ante cualquier coyuntura

De acuerdo con los resultados de la tabla 25, la adaptación de la cultura organizacional de las empresas de consumo masivo ante cualquier coyuntura fue calificada con un 70% con el resultado “Definitivamente sí”, mientras que un 27% la calificó con “probablemente sí”. Es importante señalar que un 3% se encontró indeciso, y ningún trabajador lo calificó con “probablemente no” o “definitivamente no”.

Tabla 24

Resultados En Tablas De Frecuencia Con Referencia A La Adaptación De La Cultura Organizacional Ante Cualquier Coyuntura

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
a) Definitivamente si	83	70%	70%	70%
b) Probablemente si	32	27%	27%	97%
c) Indeciso	3	3%	3%	100%
d) Probablemente no	0	0%	0%	100%
e) Definitivamente no	0	0%	0%	100%
TOTAL	118	100%	100%	

Figura 20

Resultados En Referencia A La Adaptación De La Cultura Organizacional Ante Cualquier Coyuntura



4.5.3. Resultados acerca del tipo de teletrabajo que realizan las personas encuestadas de las empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana

Según la tabla 26, las personas encuestadas que pertenecen a las empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana indican que un 88% realiza teletrabajo mixto, es decir comparte la mitad del tiempo en oficina y la otra mitad realiza la actividad de teletrabajo. Por otro lado, un 12% indicó que realiza teletrabajo absoluto, es decir no asiste a las oficinas de la empresa donde labora. Los resultados muestran un gran avance por parte de las empresas de consumo masivo al cambiar el estilo de trabajo, adaptándose a las nuevas coyunturas del entorno.

Tabla 25

Resultados En Tablas De Frecuencia Con Referencia A Los Tipos De Teletrabajo Que Realizan Las Personas Encuestadas De Las Empresas De Consumo Masivo

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Absoluto (100% virtual)	14	12%	12%	12%
Mixto (50% virtual, 50% presencial)	104	88%	88%	100%
TOTAL	118	100%	100%	

Figura 21

Resultados Con Referencia A Los Tipos De Teletrabajo Que Realizan Las Personas Encuestadas De Las Empresas De Consumo Masivo



4.5.4. Resultados en base a la cantidad de días que los encuestados realizan teletrabajo

Es de vital importancia conocer la cantidad de días que realizan teletrabajo los trabajadores encuestados, para comprender las medidas que toman las empresas donde laboran, además de analizar en base a sus respuestas, si se encuentran adaptados a la coyuntura actual. La tabla 27 indica que el 82% indicó que realiza teletrabajo más de dos veces a la semana mientras que el 15% indicó que lo realiza todos los días. Un pequeño porcentaje de 3% indicó que realiza teletrabajo solo una vez a la semana.

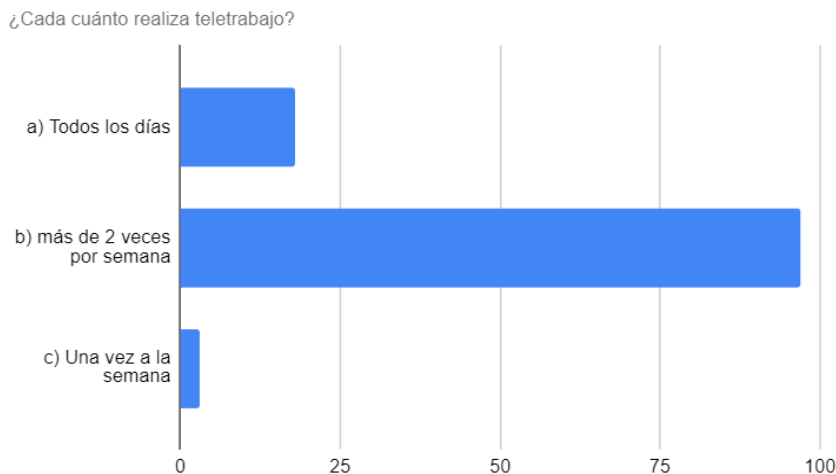
Tabla 26

Resultados En Tablas De Frecuencia Con Referencia A La Cantidad De Días Que Realizan Teletrabajo Las Personas Encuestadas

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
a) Todos los días	18	15%	15%	15%
b) más de 2 veces por semana	97	82%	82%	97%
c) Una vez a la semana	3	3%	3%	100%
TOTAL	118	100%	100%	

Figura 22

Resultados Con Referencia A La Cantidad De Días Que Las Personas Encuestadas Realizan La Actividad De Teletrabajo



4.5.5. Equipo de trabajo que se le brinda a los colaboradores de las empresas de consumo masivo durante el teletrabajo

Es importante conocer las facilidades tecnológicas que brindan las empresas de consumo masivo a sus colaboradores al momento de realizar teletrabajo para poder garantizar un mejor desempeño laboral y un énfasis en la cultura de la organización. Es por ello que los resultados de la tabla 28 indicaron que 107 (91%) de los colaboradores posee una laptop brindada por la empresa, mientras que 48 (41%) recibieron mouse y 15(13%) cuenta con un cooler para su laptop. El resultado más bajo indica que solo una persona recibió un Escritorio (1%) y ninguno recibió CPU o monitor (0%).

Tabla 27

Resultados En Referencia Al Equipo De Trabajo Que Reciben Los Colaboradores De Las Empresas De Consumo Masivo Para Realizar Teletrabajo

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
CPU y monitor	5	4%
Solo CPU	0	0%
Solo monitor	0	0%
Laptop	107	91%
Escritorio	1	1%
Silla ergonómica	11	9%
Audífonos	5	4%
Internet	2	2%
Mouse	48	41%
Cooler	15	13%
Ninguno	5	4%

Figura 23

Resultados Con Referencia Al Equipo De Trabajo Que Reciben Los Colaboradores De Las Empresas De Consumo Masivo Para Realizar Teletrabajo



4.5.6. Resultados acerca del rendimiento laboral durante el teletrabajo de los encuestados

En base a la tabla 29, son 87 (74%) de los encuestados que indican que su rendimiento laboral siempre es favorable durante la realización de teletrabajo, mientras que 30 (25%) indicaron que casi siempre es favorable. La calificación más baja fue de 1 (1%) colaborador que indicó que es indiferente a la pregunta realizada en la encuesta.

Tabla 28

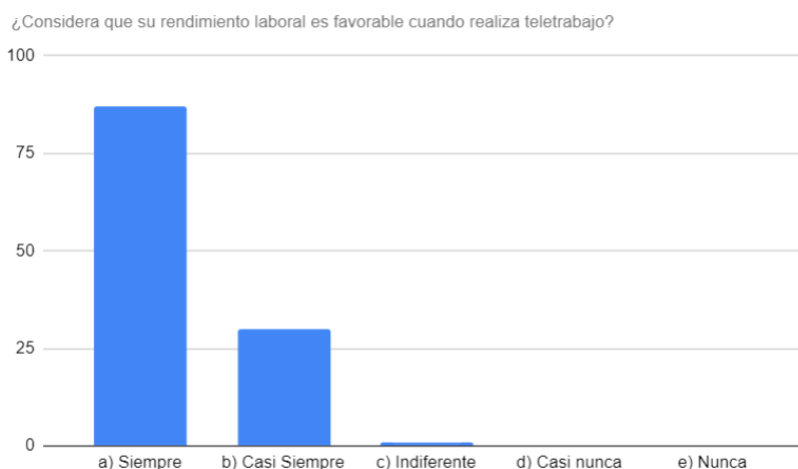
Tabla De Frecuencia En Base A Los Resultados En Base Al Rendimiento Laboral Durante Teletrabajo De Los Encuestados De Las Empresas De Consumo Masivo

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
a) Siempre	87	74%	74%	74%
b) Casi Siempre	30	25%	25%	99%
c) Indiferente	1	1%	1%	100%
d) Casi nunca	0	0%	0%	100%
e) Nunca	0	0%	0%	100%
TOTAL	118	100%	100%	

Figura 24: Resultados En Base Al Rendimiento Laboral Durante Teletrabajo De Los Encuestados De Las Empresas De Consumo Masivo.

Figura 24

Resultados En Base Al Rendimiento Laboral Durante Teletrabajo De Los Encuestados De Las Empresas De Consumo Masivo



4.5.7. Resultados acerca de los aspectos que afectan el desempeño laboral de las personas encuestadas, cuando realizan teletrabajo

Según los resultados de la tabla 30, el 58% de los trabajadores siente que el factor que más afecta su desempeño es la flexibilidad de horarios ya que trabajan más horas de lo establecido, seguido de un 22% de colaboradores que indicaron que un factor que afecta su desempeño son los factores ambientales, tales como el ruido en casa, área de trabajo en casa, etc. Con un menor porcentaje de 33% tenemos los factores familiares y personales, los factores con respecto al retraso de comunicación y envío de información y las fallas en la conectividad.

Tabla 29

Tabla De Frecuencia En Referencia A Los Aspectos Que Afectan El Desempeño Laboral De Las Personas Encuestadas Cuando Realizan Teletrabajo

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
a) Factores familiares y personales	3	3%
b) Factores ambientales (área de trabajo, ruido en casa, etc.)	26	22%
c) Flexibilidad en los horarios (trabaja más horas de lo normal).	69	58%
d) Retrasos en la comunicación y/o envío de información.	3	3%
e) Fallas en la conectividad.	3	3%
f) Falta de herramientas de trabajo.	11	9%

Figura 25

Resultados En Base A Los Aspectos Que Afectan El Desempeño Laboral De Las Personas Encuestadas Cuando Realizan Teletrabajo



4.5.8. Resultados acerca de la cultura organizacional aplicada al teletrabajo según los encuestados

Los resultados de la tabla 31 indicaron que las empresas de consumo masivo siempre (55%) refuerzan su cultura organizacional durante la realización de teletrabajo de sus colaboradores, mientras que el siguiente resultado mostró que casi siempre (31%) la refuerza. Por otro lado, solo un 13% es indiferente, y un 1% casi nunca/nunca la ejerce.

Tabla 30

Tabla De Frecuencia Según Los Resultados En Referencia Del Refuerzo De La Cultura Organizacional De Las Empresas De Consumo Masivo, Aplicadas Durante El Teletrabajo

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
a) Siempre	65	55%	55%	55%
b) Casi Siempre	36	31%	31%	86%
c) Indiferente	15	13%	13%	98%
d) Casi nunca	1	1%	1%	99%
e) Nunca	1	1%	1%	100%
TOTAL	118	100%	100%	

Figura 26

Resultados Referencia Del Refuerzo De La Cultura Organizacional De Las Empresas De Consumo Masivo, Aplicadas Durante El Teletrabajo



4.6. Resultados Cuantitativos

4.6.1. Prueba de Hipótesis

Durante el desarrollo del siguiente capítulo se compartirán los resultados de las pruebas realizadas e interpretaciones de cada una.

4.6.2. Hipótesis General.

Con el objetivo de comprender la importancia de la presente investigación, es necesario mencionar que la hipótesis general busca determinar la relación entre la cultura organizacional y su influencia en el desempeño laboral de los colaboradores que laboran bajo la modalidad de teletrabajo en las empresas de consumo masivo de Lima Metropolitana, en el año 2022. Es importante recalcar que se definió el margen de error de 0.05 teniendo en cuenta que se tomó como referencia investigaciones pasadas con variables similares.

Como parte de observar los resultados de la estadística inferencial, se requiere definir la hipótesis nula y alternativa como se muestra a continuación:

H0: No existe relación positiva y significativa en la cultura organizacional y su influencia en el desempeño laboral de los colaboradores que laboran bajo la modalidad de teletrabajo en las empresas de consumo masivo de Lima Metropolitana, en el año 2022.

H1: Existe relación positiva y significativa en la cultura organizacional y su influencia en el desempeño laboral de los colaboradores que laboran bajo la modalidad de teletrabajo en las empresas de consumo masivo de Lima Metropolitana, en el año 2022.

Para confirmar la veracidad de las hipótesis expuestas y seleccionar la correcta hemos aplicado la prueba Chi – Cuadrado, donde se obtuvo un valor de 85,160 lo que indica que mayor será la diferencia entre los recuentos observados que los esperados, lo que a la vez nos indica que mayor es la relación entre ambas variables. De igual forma, el Chi – Cuadrado invertido es menor al Chi – Cuadrado lo que nos indica que se rechaza la hipótesis nula, y se confirma que sí existe relación positiva y significativa entre la cultura organizacional y su influencia en el desempeño laboral de los colaboradores que laboran bajo la modalidad de teletrabajo en las empresas de consumo masivo de Lima Metropolitana, en el año 2022.

4.6.3. Hipótesis específicas:

Hipótesis Específica 1:

H1: No existen características relevantes de la cultura organizacional bajo la modalidad de teletrabajo en las empresas de consumo masivo de Lima Metropolitana, en el año 2022.

H1: Existen características relevantes de la cultura organizacional bajo la modalidad de teletrabajo en las empresas de consumo masivo de Lima Metropolitana, en el año 2022.

Para verificar la primera hipótesis específica se utiliza el mismo procedimiento, al aplicar la prueba Chi – Cuadrado se obtuvo un valor de 15,193, así como el Chi – Cuadrado invertido es menor al Chi – Cuadrado, lo que nos indica que sí existen características relevantes de la cultura organizacional bajo la modalidad de teletrabajo en las empresas de consumo masivo de Lima Metropolitana, en el año 2022., y se rechaza la hipótesis nula.

Hipótesis Específica 2:

H0: No existen factores resaltantes que influyen en el desempeño laboral de los colaboradores que laboran bajo la modalidad de teletrabajo en las empresas de consumo masivo de Lima Metropolitana, en el año 2022

H1: Existen factores resaltantes que influyen en el desempeño laboral de los colaboradores que laboran bajo la modalidad de teletrabajo en las empresas de consumo masivo de Lima Metropolitana, en el año 2022

En la hipótesis específica 1, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa pues se obtuvo un valor de 32,392, teniendo como Chi – Cuadrado inverso a un resultado menor, en donde se indica que existen factores resaltantes que influyen en el desempeño laboral de los colaboradores que laboran bajo la modalidad de teletrabajo en las empresas de consumo masivo de Lima Metropolitana, en el año 2022

Hipótesis Específica 3:

H0: No existen características predominantes del teletrabajo que realizan los colaboradores en las empresas de consumo masivo de Lima Metropolitana, en el año 2022.

H1: Existen características predominantes del teletrabajo que realizan los colaboradores en las empresas de consumo masivo de Lima Metropolitana, en el año 2022.

En la hipótesis específica 3, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, en donde se indica que existen características predominantes del teletrabajo que realizan los colaboradores en las empresas de consumo masivo de Lima Metropolitana, en el año 2022. Esto debido a que se obtuvo un Chi – Cuadrado de 31,312 y un Chi – Cuadrado inverso menor a este.

Hipótesis Específica 4:

H0: No existe relación positiva y significativa en los mecanismos de mejora en el planteamiento de la cultura organizacional y el desempeño de los trabajadores que laboran bajo la modalidad del teletrabajo en las empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana, en el año 2022.

H1: Existe relación positiva y significativa en los mecanismos de mejora en el planteamiento de la cultura organizacional y el desempeño de los trabajadores que laboran bajo la modalidad del teletrabajo en las empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana, en el año 2022.

En la hipótesis específica 4, se obtuvo un valor de 28,523 y un inverso de menor a este, lo que nos indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, en donde se menciona que existe relación positiva y significativa en los mecanismos de mejora en el planteamiento de la cultura organizacional y el desempeño de los trabajadores que laboran bajo la modalidad del teletrabajo en las empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana, en el año 2022.

4.7. Resultados Cualitativos

Luego del análisis elaborado, se puede concluir y afirmar que la cultura organizacional tiene influencia en el desempeño laboral de los colaboradores que laboran bajo la modalidad del teletrabajo en las empresas de consumo masivo. Esta relación entre las variables es significativa debido a que se confirma que la mayoría de los colaboradores indica que la organización donde laboran siempre ha tenido una solidez en su cultura organizacional, lo cual fortalece la identificación de los miembros con los valores y objetivos de la empresa, y con ello adaptan su comportamiento en base a ello.

De igual forma, existen características relevantes de la cultura organizacional bajo la modalidad de teletrabajo, lo cual se confirma teniendo como principales características a la importancia por los valores y buen clima organizacional.

Asimismo, existen factores resaltantes que influyen en el desempeño laboral de los colaboradores que laboran bajo la modalidad de teletrabajo en las empresas de consumo masivo, esto tiene sentido debido a que la gran mayoría de los colaboradores considera que el medir el grado de cumplimiento de sus objetivos en el puesto, nivel de eficiencia y responsabilidad y productividad son determinantes en el desarrollo de sus funciones.

Respecto al teletrabajo, se puede validar y confirmar que existen características predominantes del mismo, en las cuales predominan en su mayoría la ejecución del trabajo mixto, teniendo en cuenta que es más de dos veces por semana presencial, y considerando que el rendimiento laboral de los colaboradores de las empresas de consumo masivo de Lima Metropolitana es mejor realizando teletrabajo.

Finalmente, se puede confirmar que existe relación positiva y significativa en los mecanismos de mejora en el planteamiento de la cultura organizacional y el desempeño de los trabajadores, debido a que la mayoría coincide que sus organizaciones pueden adaptar su cultura ante cualquier tipo de coyuntura y a la vez brindar acompañamiento a sus colaboradores mediante el refuerzo de sus valores.

4.8. Análisis y Resultados: Metodología cualitativa

Los resultados indicaron que los puestos que ocupan las personas entrevistadas corresponden a la categoría de semi senior y senior, tales como Asistentes Junior, Analistas Junior, Analistas Senior y Coordinadores.

Asimismo, todos los entrevistados trabajan en empresas del rubro de consumo masivo, las cuales se dedican a producir y/o comercializar productos de primera necesidad, tales como víveres, productos de aseo, entre otros. Los resultados indicaron que las personas entrevistadas trabajan bajo una modalidad 80% presencial 20% teletrabajo denominado actualmente como modalidad híbrida.

4.8.1. Ventajas y desventajas de trabajar bajo la modalidad del teletrabajo

a) Ventajas

Las principales ventajas de trabajar bajo la modalidad del teletrabajo son la flexibilidad para trabajar en distintos espacios, realizar actividades que contribuyen a su bienestar como deporte, meditar a primera hora, optimización de tiempo utilizado para transportarse, disminución de los gastos en transporte semanales (bus o auto), la posibilidad de enfocarse solo las funciones que le corresponden, compartir tiempo en familia en espacios de descanso (almuerzo, pausas activas), ingresar antes a trabajar para finalizar pendientes, y finalmente la flexibilidad en agendar reuniones en espacios continuos. Los entrevistados coinciden que pueden cumplir sus funciones en ambas

modalidades, además que la mayoría tiene una jefatura que se inclina hacia la orientación de resultados, lo cual les permite distribuir su tiempo de forma productiva y a su favor.

b) Desventajas

Las principales desventajas de trabajar bajo la modalidad del teletrabajo son los distractores en casa como visitas, tareas cotidianas del hogar, la falta de organización puede ser un punto en contra al distribuir mal su tiempo y desvinculación de la cultura de la empresa si no formas parte de las actividades o activaciones presenciales. Los entrevistados coinciden que el 99% de sus funciones las pueden cumplir desde cualquier locación, sin embargo, mencionan que llega un punto medio en el cual son conscientes que es necesario el contacto con el personal y los demás involucrados en sus procesos.

4.8.2. Ventajas y desventajas de trabajar presencialmente

a) Ventajas

Las principales ventajas de trabajar bajo la modalidad del trabajo presencial son que el horario laboral termina cuando apago la computadora y me retiro de la oficina, se interactúa con las personas del área o diversas áreas te permite afianzar la confianza, algunos hechos fortuitos o pendientes se pueden tratar directamente con los involucrados, facilita el aprendizaje, fortalece el sentimiento de pertenencia a la empresa donde labora, coopera con la consolidación del área y si cuentas con acceso a separar espacios individuales en la oficina, esto aumenta tu concentración y por ende tu productividad. Los entrevistados coinciden que las ventajas de trabajar presencial se enfocan en la solución rápida que cualquier situación que se presente, así como el fortalecimiento de relaciones interpersonales.

b) Desventajas

Las principales desventajas de trabajar bajo la modalidad del trabajo presencial son las distracciones en la oficina como reuniones simultáneas y/o actividades ajenas a las propias funciones, si no cuentas con espacios personales es probable que tu productividad no esté en un 100% y dificulta la manera en que se concilia el trabajo con la vida personal. Los entrevistados coinciden que las desventajas de trabajar presencial se enfocan en los factores externos a sus funciones como diversos distractores, lo cual los atrasa y por ende se exceden de horas laborales. De igual forma mencionan que los días que trabajan presencial suelen llegar a su casa muy tarde por el tráfico de la ciudad, lo que no permite que puedan hacer otras actividades distintas al trabajo.

4.8.3. Características y factores más relevantes de la cultura organizacional

Las características más relevantes de la cultura organizacional de la empresa donde laboran son para una cultura clara y orientada a sus valores, que la empresa comparte en cada actividad la importancia de sus valores, para una cultura de liderazgo cercano, el comportamiento de sus líderes

es muchas veces consecuente con lo que comunica, para una cultura de bienestar hacia los trabajadores, cada decisión que toma la empresa lo hace pensando también en el bienestar de los trabajadores, para una cultura fácil de comprender y adaptarse, desde el momento que se ingresa a la empresa se tienen presentes los valores, para una cultura orientada hacia el compromiso y los resultados, la empresa promueve el cumplimiento de las metas alineadas a la cultura de la empresa y para una cultura ambivalente, se proyecta un tipo de cultura en la teoría y otro tipo en la práctica (transnacionales y/o multinacionales).

Los principales factores que describen la cultura de las empresas en las que trabajan son la orientación hacia los resultados, pues priorizan sólo los resultados de los proyectos más no el paso a paso, la orientación hacia los resultados y a las normas, por la naturaleza del rubro el cumplimiento de las normas de seguridad es estricto, sin embargo, se tiene la flexibilidad en el proceso de lograr los objetivos del área, finalmente solo evalúan el resultado, la orientación hacia las normas, se enfoca en el cumplimiento de las normas de seguridad y las orientadas a los valores de la empresa, la orientación hacia los resultados y a las personas, la flexibilidad para alcanzar los objetivos de la empresa y el enfoque hacia el bienestar y desarrollo de las personas van de la mano.

a) Clima laboral

Las características más relevantes del clima laboral en las empresas donde laboran los trabajadores son la promoción de la autonomía de sus colaboradores, la flexibilidad en el proceso del cumplimiento de las metas, el liderazgo asociado a la cultura que promueven, confianza entre los miembros de la empresa, reconocimiento de los logros de los trabajadores, promueve un ambiente de apoyo, canales de comunicación transparentes, oportunidades de crecimiento, igualdad de oportunidades y la creación de programas de aprendizaje y desarrollo. Finalmente, los entrevistados coinciden que el liderazgo y la igualdad de oportunidades de crecimiento son el primer paso para todo lo antes mencionado.

4.8.4. Dimensiones y factores más relevantes del desempeño

Las dimensiones del desempeño laboral más relevantes son el trabajo en equipo, organización e iniciativa, pues valoran el trabajo en grupo, ejecución de actividades, distribución de proyectos y/o responsabilidades, así como la disposición de liderar, trabajo en equipo y organización, pues prioriza el trabajo en conjunto y la distribución de responsabilidades, trabajo en equipo e iniciativa, porque valoran el trabajo en conjunto y la disposición de liderar, trabajo en equipo y esfuerzo, debido a que valoran el trabajo en conjunto y el empeño en las funciones y trabajo en equipo, solo valoran el trabajo en conjunto. Finalmente, las dimensiones más relevantes del desempeño son las que forman un complemento, es decir que no solo están conformadas por una dimensión.

a) Factores motivacionales aplicados por la empresa para mejorar el desempeño

Los principales factores motivacionales que influyen en el desempeño son la confianza del líder y/o jefe, debido a que el líder brinda la confianza a los trabajadores en la toma de distintas decisiones o en el liderazgo de diversos proyectos, la comunicación constante con el líder, pues prioriza la orientación y comunicación con el líder, formación y desarrollo profesional, porque ejercen planes de acción para reforzar la formación y desarrollo profesional, horario flexible en la semana, la selección de días de trabajo presencial en base a la necesidad de las funciones y un día a la semana de horario de salida antes de las 6 p.m. y líderes respetuosos y honestos, es decir jefes que respetan el horario de trabajo, y que son honestos al momento de dar una recomendación, que aceptan que se equivocan

b) Factores actitudinales que aportan al desempeño laboral

Los resultados indicaron que los factores actitudinales que aportan al desempeño laboral son la disciplina, es decir el cumplimiento de las normas y procedimientos de trabajo, actitud cooperativa, disposición de apoyar al equipo, iniciativa, como disposición de liderar proyectos, responsabilidad: cumplimiento de responsabilidades y plazos de ejecución, y creatividad, es decir proponer planes de acción para oportunidades de mejora.

c) Factores operativos que aportan al desempeño laboral

Los principales factores operativos aplicados por los trabajadores para mejorar su desempeño son la calidad, relacionada al resultado de sus funciones, la exactitud, relacionada a las propuestas alineadas a las normativas del rubro, el trabajo en equipo, relacionado al buen desempeño en trabajo en conjunto, el liderazgo, influye, motiva, organiza e involucra al equipo para lograr los objetivos en común, y la cantidad, carga laboral alta por el flujo de trabajo propiamente del rubro.

4.8.5. Acciones de las empresas durante el teletrabajo para fortalecer la cultura organizacional

Las acciones de las empresas durante el teletrabajo para fortalecer la cultura organizacional son los talleres y/o charlas virtuales (cómo manejar tus finanzas, cómo invertir tu dinero), los espacios de acompañamiento emocional (psicólogo o línea de ayuda) y beneficios o espacios de guía nutricional. Las acciones relacionadas al crecimiento personal mejoran indirectamente la actitud hacia la ejecución de sus funciones.

Los equipos de trabajo entregados por la empresa durante el teletrabajo son una laptop, mouse, teclado, cooler de computadora y teléfono corporativo. De igual forma, los entrevistados afirman que los equipos entregados por su empresa son los necesarios para ejercer correctamente sus funciones.

Finalmente, los entrevistados consideran que su desempeño durante el teletrabajo es totalmente productivo, así como que tienen los mismos resultados en el desarrollo de sus funciones en el trabajo presencial.

4.9. Discusión

Las empresas de consumo masivo mantienen una cultura organizacional consolidada debido al análisis de las acciones y comportamientos observados en los trabajadores con el fin de que estos coincidan con el logro de los objetivos de la organización (Chiavenato, 2011). La cultura organizacional es impactada por diversos factores que están incluidos en los niveles de la cultura. En este caso se ha relacionado la remuneración que perciben y la posición que ocupan los trabajadores. Según Schein (2016), existen tres niveles de la cultura: los artefactos visibles, valores expuestos y supuestos básicos, por ello, se ha corroborado que los trabajadores de las empresas de consumo masivo que ocupan posiciones senior y junior se identifican y se sienten comprometidos con su cultura y con su historia. De igual forma, los trabajadores que se sienten menos identificados con la cultura organizacional de las empresas donde laboran son aquellos que ocupan otras posiciones de menor rango salarial.

En función a las características de la cultura organizacional, según Cameron y Quinn (2006) existen dos tipos de culturas predominantes en las empresas de consumo masivo la cultura adhocrática y la cultura de poder; la cultura adhocrática se caracteriza por la innovación e iniciativas creativas por parte de sus trabajadores y la cultura de poder se enfoca en los valores de la comunidad. Robbins (2009) explica dos conceptos importantes que caracterizan la cultura organizacional; estos se resumen en cultura fuerte y la cultura débil. En base a ello, en las empresas de consumo masivo predomina la cultura fuerte debido a que las características más relevantes de la cultura organizacional son una cultura clara y orientada a sus valores, cultura de liderazgo cercano, cultura de bienestar hacia los trabajadores, cultura fácil de comprender y adaptarse, cultura orientada hacia el compromiso y los resultados. Bajo esta premisa, respecto a la hipótesis específica 1, se acepta la hipótesis alternativa, en donde se muestra que existen características relevantes de la cultura organizacional en las empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana. De acuerdo con Falcones (2014) la cultura organizacional tiene una serie de factores organizacionales y de su entorno que influyen en su consolidación, algunos factores funcionan individualmente y otros se complementan; por ello, los principales factores que describen la cultura de las empresas de consumo masivo son la orientación hacia los resultados, la orientación hacia los resultados y a las normas, la orientación hacia las normas, y la orientación hacia los resultados y a las personas.

Según Chiavenato (2011) para realizar cambios internos en las organizaciones es importante adaptar la cultura cambiando los sistemas de trabajo, teniendo un constante análisis e interpretación pues influye directamente en el clima laboral. Por ello, el clima laboral en las empresas de consumo masivo se percibe como sólido tanto en la modalidad presencial como en teletrabajo, lo cual sirve como indicador para conocer la sostenibilidad de la cultura organizacional en el tiempo y la tendencia de las acciones de los líderes de las organizaciones para adaptarla a cualquier coyuntura. De la misma forma, el clima laboral tiene como principales características a la promoción de la autonomía de sus

colaboradores, la flexibilidad en el proceso del cumplimiento de las metas, el liderazgo asociado a la cultura que promueven, confianza entre los miembros de la empresa, reconocimiento de los logros de los trabajadores, promueve un ambiente de apoyo, canales de comunicación transparentes, oportunidades de crecimiento, igualdad de oportunidades y la creación de programas de aprendizaje y desarrollo.

Por la complejidad del sector de consumo masivo y según las funciones de los que laboran en estas empresas, el desempeño laboral es el factor determinante para el logro de las metas y objetivos trazados (Pastor , 2018). Se han determinado aspectos predominantes en el desempeño laboral de los trabajadores, estos son el esfuerzo, trabajo en equipo y la organización (Chiavenato, 2011). De igual forma, según Alles (2016) los trabajadores se identifican con dos factores en la medición de su desempeño, estos son la medición en el grado de cumplimiento de sus objetivos en el puesto y su nivel de eficiencia y responsabilidad. Según Chiavenato (2011) existen factores actitudinales y operativos que influyen en el desempeño laboral; respecto a los factores actitudinales relacionados al cumplimiento de objetivos personales los trabajadores de las empresas de consumo masivo tienen como más relevantes al interés, voluntad, disciplina, responsabilidad y actitud cooperativa; respecto a los factores operativos vinculados al conocimiento y compromiso en el puesto de trabajo, los más representativos son el liderazgo, trabajo en equipo, calidad, exactitud y cantidad. Existen cinco dimensiones del desempeño laboral (Chiavenato, 2011) para los trabajadores de las empresas de consumo masivo las más relevantes son las que forman un complemento, es decir que están conformadas por más de una dimensión, estas son organización e iniciativa, trabajo en equipo y organización, trabajo en equipo e iniciativa y trabajo en equipo y esfuerzo. Con el fin de sostener lo mencionado por Hafni, David y Kuswoyo (2020) los principales factores motivacionales que influyen en el desempeño son la confianza del líder y/o jefe, la comunicación constante con el líder, formación y desarrollo profesional, horario flexible en la semana y líderes respetuosos y honestos.

La adaptabilidad de la estructura organizacional hacia la modalidad del teletrabajo tuvo como consecuencia algunas variaciones en su aplicación (Téllez, 2017). En base a la complejidad de las funciones de los trabajadores y objetivos de las empresas, los líderes proponen una modalidad mixta (Silva, 2018), es decir algunos días trabajo presencial y otros días trabajo virtual, o una modalidad en su totalidad virtual. En el caso de las empresas de consumo masivo predomina la modalidad mixta, la cual consiste en este caso asistir más de dos días a la semana a la oficina. Las medidas que tomen las empresas para la aplicación del teletrabajo manteniendo una cultura sostenible basada en dimensiones a nivel organizacional, tecnológico y jurídico (Fundación Más Familia, 2019) deben ser las mismas que existen para el trabajo presencial, es por esa razón que se les ofrece a los trabajadores principalmente facilidades tecnológicas, las más comunes entre las empresas de consumo masivo son una laptop, mouse, teclado, cooler de computadora y teléfono corporativo. Existen diversas ventajas

y desventajas del teletrabajo (Gallegos & Campos, 2013) las principales ventajas de trabajar bajo la modalidad del teletrabajo son la flexibilidad para trabajar en distintos espacios, optimización de tiempo utilizado para transportarse, disminución de los gastos en transporte semanales (bus o auto), la posibilidad de enfocarse solo las funciones que le corresponden, compartir tiempo en familia en espacios de descanso (almuerzo, pausas activas), ingresar antes a trabajar para finalizar pendientes, y finalmente la flexibilidad en agendar reuniones en espacios continuos; y las principales desventajas de trabajar bajo la modalidad del teletrabajo son los distractores en casa como visitas, tareas cotidianas del hogar, la falta de organización puede ser un punto en contra al distribuir mal su tiempo y desvinculación de la cultura de la empresa si no formas parte de las actividades o activaciones presenciales. En base a ello, respecto a la hipótesis específica 3, se acepta la hipótesis alternativa, en donde se indica que existen características predominantes del teletrabajo que realizan los colaboradores en las empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana. Por último, las empresas durante el teletrabajo para fortalecer la cultura organizacional realizan talleres y/o charlas virtuales, los espacios de acompañamiento emocional y beneficios o espacios de guía nutricional. Las acciones relacionadas al crecimiento personal mejoran indirectamente la actitud hacia la ejecución de sus funciones.

Los factores más comunes que afectan el desempeño laboral de los trabajadores durante el teletrabajo son la flexibilidad de horarios, ya que trabajan más horas de lo establecido, y factores ambientales, tales como el ruido en casa o área de trabajo, de igual forma están los factores familiares y personales, retraso de comunicación y envío de información y las fallas en la conectividad (Gallegos & Campos, 2013). Es por ello que, respecto a la hipótesis específica 2 se acepta la hipótesis alternativa, en donde se indica que existen factores resaltantes que influyen en el desempeño de los trabajadores de las empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana. Para fortalecer y complementar el desempeño laboral de los trabajadores, las empresas de consumo masivo siempre refuerzan su cultura organizacional durante la realización del teletrabajo de sus colaboradores, respecto a ello existen actividades que realizan para que los trabajadores se sientan motivados durante la realización del teletrabajo, las más valoradas por el personal son los planes de reconocimiento por logros y el feedback del jefe/manager y las capacitaciones. Finalmente, el desempeño durante el teletrabajo es considerado totalmente productivo, y se obtienen los mismos resultados en el desarrollo de las funciones durante el trabajo presencial. Por ello, respecto a la hipótesis específica 4, se acepta la hipótesis alternativa, en donde se indica que existen fundamentales mecanismos de mejora en el planteamiento de la cultura organizacional para un mejor desempeño de los colaboradores bajo la modalidad del teletrabajo en las empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana.

Finalmente, respecto a la hipótesis general, se acepta la hipótesis alternativa, en donde se indica que existe relación efectiva y significativa en la cultura organizacional y su influencia con el

desempeño laboral de los colaboradores que realizan modalidad de teletrabajo en las empresas de consumo masivo de Lima Metropolitana, en el año 2022.



Conclusiones

Luego de concluido el estudio, se puede decir que se logró cumplir el objetivo general, el cual se orienta en analizar la influencia de la cultura organizacional en el desempeño laboral de los colaboradores que realizan modalidad de teletrabajo en las empresas de consumo masivo en la ciudad de Lima Metropolitana durante el año 2022.

En la presente investigación, se empleó una metodología mixta con el propósito de abordar de manera integral la relación entre las dos variables que se abordan en el estudio. Esta elección metodológica se fundamenta en la necesidad de comprender a profundidad la dinámica subyacente a esta relación.

Para la obtención de datos cualitativos, se llevó a cabo entrevistas hacia colaboradores de las empresas del rubro de consumo masivo. Estas entrevistas se enfocaron en explorar las experiencias, opiniones, y valores relacionados con la cultura organizacional y cómo esta influye en el desempeño laboral bajo la modalidad de teletrabajo. La recopilación de datos cuantitativos se realizó a través de un cuestionario estructurado que se distribuyó de igual forma, a un grupo de colaboradores que trabajaban bajo la modalidad de teletrabajo en las empresas de consumo masivo. Estos cuestionarios incluyeron escalas de medición para evaluar tanto la cultura organizacional como el desempeño laboral.

La metodología mixta empleada, permitió abordar de manera holística la relación entre la cultura organizacional y el desempeño laboral, aprovechando las fortalezas de ambos enfoques, cualitativos y cuantitativos. Cabe mencionar que los hallazgos cualitativos proporcionan una comprensión profunda, mientras que los resultados cuantitativos respaldaron la validez y la significancia de esta relación en el contexto del teletrabajo en las empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana durante el año 2022. Se puede confirmar que existe una relación significativa entre la cultura organizacional y el desempeño laboral de los trabajadores que laboran bajo la modalidad del teletrabajo en las empresas de consumo masivo. Esta conclusión se fortalece con la definición de Schein (2016) donde explica que la cultura organizacional está considerada como un grupo de experiencias compartidas que se aprenden en base a la solución de diversos acontecimientos, siendo una forma de adaptación e integración en la organización; además Chiavenato (2011) explica la definición como un modo de vida, un conjunto de creencias, de las expectativas creadas y valores, siendo una forma de crear interacción y relación dentro de las organizaciones. El autor Chiavenato (2011), explica una definición muy importante que se relaciona a la cultura organizacional, la cual es el desempeño laboral; explica que la manera de proceder y actuar de los colaboradores son importantes para que la organización alcance sus metas; es por ello que dentro de la cultura organizacional de la empresa investigada se puede observar una serie de características y comportamientos que son parte de cada empleado y los cuales están muy presentes en su día a día y

forman parte de su forma de trabajar y de desempeñarse. Es por ello, que se concluye, luego de realizar un análisis a diferentes organizaciones de consumo masivo, que la cultura organizacional, junto con el desempeño laboral, guardan relación entre sí. Además, va de la mano con el teletrabajo, ya que es una nueva realidad que se maneja desde la pandemia del 2020, y con la cual muchas organizaciones han sabido lidiar y adaptarse hasta crear una nueva realidad en las áreas de trabajo. Es importante explicar que las organizaciones se adaptan para poder emplear a esta modalidad de trabajo y afianzar, así sea a distancia, una buena cultura organizacional y obtener con ella un buen desempeño laboral por parte de sus colaboradores.

Se logró alcanzar el primer objetivo que determina las características de la cultura organizacional en las empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana. Se puede explicar que las características que más resaltan son que los colaboradores consideran que la cultura organizacional de la empresa donde labora es sólida, además que se identifican y comprometen con su organización. La orientación más relevante fue “resolución de problemas”, seguido de la “orientación a los resultados”. El tipo de cultura más relevante fue la cultura adhocrática y la cultura de logro. Todas las características son válidas e importantes para poder analizar y tomar decisiones en la forma en la que la cultura organizacional de cada empresa se pronuncia ante cada colaborador.

Respecto al segundo objetivo, el cual fue la identificación de los factores que influyen en el desempeño de los trabajadores de las empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana. Se verifica que los aspectos más importantes en el desempeño laboral son el esfuerzo y trabajo en equipo, además, los colaboradores indican que el factor determinante en la medición de su desempeño es la medición de objetivos. Con respecto al sentimiento de motivación de cada colaborador, se concluye que se sienten motivados en la empresa donde labora. Finalmente, Chiavenato (2011) menciona una serie de factores, actitudinales y operativos, muy importantes en el desempeño laboral de cada colaborador; los más relevantes son disciplina y responsabilidad, liderazgo y trabajo en equipo.

Con respecto al tercer objetivo, se determinaron las características del teletrabajo realizado en las empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana, en las cuales, se muestra que las actividades que los colaboradores prefieren de forma virtual son las capacitaciones, feedback con el jefe, planes de reconocimiento virtuales por logros. Además, hoy en día las organizaciones de consumo masivo se adaptan fácilmente a las diversas coyunturas que se presenten, lo cual es positivo ya que están preparados para cualquier acontecimiento, y con ello, las actividades no se detendrían. Con respecto a los equipos que les entregan a los colaboradores, reciben los implementos necesarios para desarrollar teletrabajo en casa.

Con respecto al cuarto objetivo se pudo reconocer los mecanismos de mejora en el planteamiento de la cultura organizacional para un mejor desempeño de los colaboradores bajo la modalidad del teletrabajo en las empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana. El objetivo se

cumple ya que las organizaciones lograrán adaptar la forma de trabajo tanto de manera presencial como virtual, lo cual es un “plus” en la mayoría de las ocasiones pues los colaboradores se sienten cómodos compartiendo sus labores algunos días en oficina y otros días en casa, han logrado encontrar un balance y adaptar su ritmo de trabajo a ambos casos.

Aportes del estudio

Los aportes a la teoría se muestran en la relación que existe entre la cultura organizacional y el desempeño laboral de los colaboradores que trabajan en las empresas de consumo masivo, en donde se percibe un mayor involucramiento de los empleados en las organizaciones donde laboran, pues mientras mayor sea su implicancia con la cultura de su organización, y se sientan parte de ella, mejor será su desempeño laboral pues ejercerán mejor sus funciones, desarrollarán mejor sus actividades, se involucran en más proyectos, todo ello llevado de la mano con una cultura adaptada a las ambas formas de trabajo, que es virtual y presencial. Es importante que las empresas de consumo masivo se adapten a ambas formas ya que se demostró en las investigaciones que los empleados tienen sus razones para preferir en algunas oportunidades trabajar de casa o en otras oportunidades ejercer desde oficina.

Los aportes del estudio a la práctica se pueden aplicar en las áreas correspondientes que se encargan de afianzar la cultura organizacional con cada empleado de la organización, en la gran mayoría de casos, es Recursos Humanos, quien se encarga de realizar planes de mejora para crear un mayor compromiso entre el colaborador y los valores de la organización. Es importante darle sentido a cada actividad que realicen los trabajadores pues todo impacta de forma significativa en cada objetivo que tiene la empresa ya planteada para su desarrollo. Es importante que cada organización sepa medir el desempeño laboral de los trabajadores, con diversas actividades como planes de reconocimiento por logros, reuniones constantes de feedback con su superior, capacitaciones, encuestas de engagement, y de esta forma tener un mapa del puesto de cada colaborador con objetivos definidos, para que de esta forma el desarrollo de cada colaborador en la organización sea óptimo.

Con respecto al teletrabajo, es una actividad que forma parte de todas las organizaciones, donde en muchas ocasiones al tener una forma de trabajo mixta, es fundamental realizar un seguimiento a la hora de desconexión de cada colaborador, ya que en muchas oportunidades realizan más actividades desde casa que en la misma oficina, y con ello se puede realizar una investigación para conocer las razones por las que cada colaborador pasa más tiempo en sus herramientas de trabajo de forma online que de forma presencial.

Recomendación para futuras investigaciones

Se propone realizar un análisis de las variables inicialmente por separado para luego poder relacionarlas en base a los resultados que se presenten en los instrumentos de la investigación.

Es recomendable, al momento de elegir los instrumentos de recolección de datos, revisar cuál será el plan para contactar a los colaboradores de cada organización a estudiar, y analizar si es viable la forma de contacto que se realizará para que la investigación sea exitosa y no se detenga en un futuro por inconvenientes de acceso de información.

Otras recomendaciones para futuras investigaciones en las cuales se tome en cuenta una población infinita de un sector grande en específico en la ciudad de Lima, como es el caso del rubro “consumo masivo” dentro de Lima Metropolitana, muestra que, al ser una población tan grande, es imposible llegar a todos a la vez, es necesario que se opte por una investigación de tipo mixta para que sea completa. Es decir, seleccionar un instrumento como es la encuesta y otro adicional en donde se tenga contacto directo con algunas personas que trabajen en organizaciones del rubro, como es en este caso, entrevistas a colaboradores que trabajen en empresas de consumo masivo importantes en Lima. Con ello, la variedad de información obtenida ayudará a mejorar y enriquecer cada objetivo de la investigación, logrando tener diversas respuestas, conclusiones y recomendaciones que ayuden a un futuro a las organizaciones de consumo masivo.

Recomendaciones para las organizaciones de consumo masivo

Luego de realizar esta extensa investigación, en la cual se tuvo contacto directo con diversos trabajadores de muchas organizaciones de consumo masivo, se logró concluir la importancia de teletrabajar y hacer trabajo presencial. Los empleados valoran mucho sentirse parte de la empresa tanto en oficina como en casa, es por ello, por lo que hoy en día las organizaciones han adaptado su forma de trabajo a un sistema parcialmente presencial y virtual. Con ello, la investigación indica que el desempeño laboral de cada colaborador es óptimo, si se sienten identificados con la cultura organizacional y los objetivos de la empresa en donde laboran. Como recomendación se propone que las áreas correspondientes pueden afianzar la cultura organizacional para que se vea reflejada en el desempeño de los trabajadores mediante programas de beneficios, crecimiento profesional y personal, así como planes de reconocimiento alineados con el plan estratégico y objetivos de las empresas.

Como segunda recomendación, está poder controlar de una mejor forma el horario de trabajo de los colaboradores que realizan teletrabajo, pues la gran mayoría indica que trabaja una mayor cantidad de horas. Es importante tener en cuenta que, tanto en la oficina como en casa, el ritmo de trabajo debe ser el mismo. Esta recomendación se relaciona a la cultura organizacional pues la organización no debe perder la esencia que siempre ha tenido, un exceso de trabajo puede reducir el

rendimiento laboral que poseen los colaboradores con normalidad. Es importante tomar en cuenta la opinión de los colaboradores, realizando constantemente encuestas de engagement donde cada trabajador pueda exponer su opinión con respecto de la organización y mencionar si tiene incomodidades o inconvenientes, además de realizar actividades donde se premie al colaborador por su excelente desempeño. Por último, es de vital importancia que los jefes permanezcan cerca de sus colaboradores, brindando apoyo y constante motivación en el día a día, además las organizaciones deben realizar constantes actividades para promover un mejor desempeño laboral relacionado a cultura organizacional que siempre se ha estipulado en cada organización.

Finalmente, todas las organizaciones deben apoyar a sus colaboradores para brindarle los equipos de trabajo necesarios y tecnológicos para que puedan realizar su rol de trabajo en el hogar de la mejor forma.

Limitaciones del estudio

Las limitaciones de la investigación, al ser una población infinita, fue la cantidad de personas a encuestar y entrevistar, de diversas empresas de consumo masivo en Lima Metropolitana. Inicialmente se planteó realizar una investigación sólo cuantitativa, sin embargo, se presentaron limitantes en la búsqueda de la muestra elegida, por ello se decidió realizar la investigación mixta para estar más cerca de una muestra representativa, recoger información a profundidad y complementar el resultado del primer instrumento aplicado. Se logró contactar a toda la muestra tanto para la aplicación de las encuestas como para las entrevistas, pero tomó un poco más de tiempo de lo planeado, debido a que muchas personas no disponían de espacios libres durante el horario laboral u otros habían iniciado sus funciones de forma presencial, de igual forma otras personas no querían involucrarse brindando una entrevista pues se sentían comprometidos con sus respuestas a pesar de que estas sean anónimas.

Referencias

- Alles, M. (2016). *Cuestiones sobre gestión de personas: qué hacer para resolverlas*. Granica.
- Araníbar Díaz, A. (2016). *Mejoramiento de la productividad y minimización de costos de la consultoría informática mediante el modelo de teletrabajo*. Universidad San Ignacio de Loyola. From <https://hdl.handle.net/20.500.14005/3634>
- Arellano. (2019). *Consumo Masivo*. From <https://www.arellano.pe/consumo-masivo/>
- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica*. (6ta. Edición ed.). Episteme.
- Barbosa, K. (2013). *Liderar y trabajar en equipos a distancia*. Dunken.
- Becerra, K. (2020). *La cultura organizacional y desempeño laboral de los colaboradores en una empresa de consumo masivo bajo la modalidad de teletrabajo*. Universidad de Piura.
- Bohórquez, B. (2024). *Comunicación Organizacional y Desempeño Laboral en Centros de Información y Archivo de Institutos Universitarios*. Universidad Católica Andrés Bello.
- Cameron, K., & Quinn, R. (2006). *Diagnosing and Changing Organizational Culture: : Based on the competing values framework [Diagnóstico y cambio de cultura organizacional: basado en el marco de valores en competencia]*. Jossey-Bass. From <https://doi.org/10.1108/jocm.2000.13.3.300.1>
- Cerro, S. (2014). *Grafología en la gestión del talento*. Plataforma editorial.
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la Teoría General de la Administración* (8va edición ed.). McGrawHill Interamericana.
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano* (3era edición ed.). McGrawHill Interamericana.
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de recursos humanos*. McGrawHill Interamericana.
- Cozby, P. (2005). *Métodos de investigación del comportamiento* (8va edición ed.). McGraw-Hill.
- Cújar et al. (2013). *Cultura organizacional: evolución en la medición*. Estudios Gerenciales.
- Curay, S. (2016). *La cultura organizacional en los directivos, jerárquicos docentes y administrativos del IESPP "Hno. Victorino Elorz Goicoechea" de Sullana*. Universidad de Piura.
- D'Alessandro, M. (2013). *Teletrabajo y Cultura Organizacional*. Universidad de Argentina. Facultad de Administración y Negocios. From <https://repositorio.uade.edu.ar>
- De La Torre, L. (2016). *Cultura organizacional y la relación con el desempeño laboral en los trabajadores de la oficina de desarrollo técnico de la biblioteca nacional del Perú*. Universidad San Ignacio de Loyola.
- De Souza, A. (2018). *Cultura Organizacional*. P.A. & Partners. From https://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU_18_1_acerca-de-la-cultura-organizacional.pdf
- Demo et al., G. (2017). La influencia de los valores organizacionales en la percepción de las políticas y prácticas de gestión de personas. *Diario Electrónico de Administración*. doi:<https://doi.org/10.1590/1413-2311.093.57040>
- Escandon, D., & Hurtado, A. (2016). *Influencia de los estilos de liderazgo en el desempeño de las empresas exportadoras colombianas*. Estudios Gerenciales. From <https://www.sciencedirect.com>
- Espinoza, A. (2018). *Cultura organizacional y bienestar laboral en profesionales de salud del Centro de Salud Ascensión Huancavelica*. Universidad Nacional de Huancavelica. From <http://repositorio.unh.edu.pe/handle/UNH/2136>

- Falcones, G. (2014). *Estudio descriptivo de la cultura organizacional de los colaboradores de la unidad de negocio de supply chain guayaquil de Nestlé Ecuador*. Universidad de Guayaquil. From <https://es.scribd.com/document/275823209/ECUADOR-Tesis-Cultura-Organizacional>
- Ferres, C. (2018). Matching: estilos de liderazgo y cultura. *Revista de Negocios del IEEM*. From <https://llamkasun.unat.edu.pe/index.php/revista/article/view/25/31>
- Fundación Más Familia. (2019). In *Libro Blanco del teletrabajo en España* (2da edición ed.). From <https://www.discapnet.es>
- Gallegos, C., & Campos, D. (2013). Teletrabajo: medio ambiente, economía y calidad de vida.
- García, S., & Dolan, S. (1997). *Dirección por valores*. McGraw Hill.
- Groysbrg et al. (2018). *The Leader's Guide to Corporate Culture [La guía del líder sobre la cultura corporativa]*. Harvard Business Review. From <https://www.spencerstuart.com/-/media/pdf%20files/research%20and%20insight%20pdfs/the-leaders-guide-to-corporate-culture.pdf>
- Gutiérrez, W. (2016). *Cultura y compromiso organizacional en la motivación laboral*. Universidad César Vallejo. From <https://hdl.handle.net/20.500.12692/4261>
- Hafni, L., David, D., & Kuswoyo, K. (2020). The role of work motivation and organizational culture in improving job satisfaction and teacher performance [El papel de la motivación laboral y la cultura organizacional en la mejora de la satisfacción laboral y el desempeño docente]. *Journal of Applied Business and Technology*, 26-35. From <https://doi.org/10.35145/jabt.v1i1.20>
- Hernández. (2014). *Metodología de la investigación*. McGrawHill. From <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=775008>
- Hernández, C. (2011). *Metodología de planificación de cadenas de suministro de productos de consumo masivo de alimentos envasados, aplicando los conceptos lean y agile en el Perú*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. From <https://upcommons.upc.ed>
- Hussain et al. (2020). Effectiveness of Performance Management System for Employee Performance Through Engagement [Efectividad del sistema de gestión del desempeño para el desempeño de los empleados a través del compromiso]. *SAGE Journals*. From <https://www.researchpublish.com/upload/book/EFFECTIVENESS%20OF%20PERFORMANCE-11022022-2.pdf>
- INEI. (2022). *Informe técnico de producción nacional*. From <https://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/12-informe-tecnico-produccion-nacional-oct-2022.pdf>
- Kerlinger, F., & Howard, L. (2005). *Investigacion del comportamiento*. From <https://psicologiaexperimental.files.wordpress.com>
- Lacherre, E. (2017). *Cultura organizacional en docentes del Zegel-Ipae Piura 2016*. Universidad de Piura. Facultad de Ciencias de la Educación. From <https://hdl.handle.net/11042/2989>
- Lanas, G. (2014). *La cultura organizacional en relación a la satisfacción laboral del personal del Ministerio de Relaciones Exteriores de la ciudad de Quito*. Universidad central de Ecuador. From <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/3671>
- Ley 30036. (2015). *Ley que regula el teletrabajo*. From Portal del Congreso de la República: [https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/dd7df93e4b76742105257ef4000325ba/\\$file/30036.pdf](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/dd7df93e4b76742105257ef4000325ba/$file/30036.pdf)
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados*. Pearson. From <https://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Investigacion%20de%20Mercados.pdf>

- Mejía, C. (2020). *Estructuras de Distribución de Consumo Masivo, Aplicaciones y Efectos en los Sectores Económicos*. Universidad Nacional Abierta y a Distancia. From <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/39280/ca72mej857.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Melián, V. (2017). *La cultura organizacional y su impacto en el rendimiento de los equipos de trabajo: el papel mediador del clima y la reflexividad*. Alexander Valencia Facultad de Psicología. From <http://hdl.handle.net/10550/61014>
- Muñoz, C. (2011). *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis*. Pearson. From <https://www.indesgua.org.gt/wp-content/uploads/2016/08/Carlos-Mu%C3%B1oz-Razo-Como-elaborar-y-asesorar-una-investigacion-de-tesis-2Edicion.pdf>
- Naumov, S. (2018). *Gestión e innovación total del capital humano*. Grupo Editorial Patria. From https://books.google.com.pe/books?id=k3mSDwAAQBAJ&printsec=copyright&source=gbs_p ub_info_r#v=onepage&q&f=false
- Parra et al. (2019). *Calidad de la comunicación y actitud de los empleados ante procesos de cambio organizacional Interdisciplinaria*. Centro Interamericano de Investigaciones Psicológicas y Ciencias Afines. From <https://doi.org/10.16888/interd.2019.36.1.11>
- Pastor, G. (2018). *Clima Organizacional y desempeño laboral en trabajadores administrativos de una empresa privada de combustible*. Universidad San Ignacio de Loyola. From <https://hdl.handle.net/20.500.14005/3466>
- Robbins, S., & Coulter, M. (2005). *Administración* (8va edición ed.). Pearson. From https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15549/mod_resource/content/0/Robbins-Administracion.pdf
- Robbins, S., & Judge, T. (2009). *Comportamiento organizacional* (13 ed.). México: Pearson Education. From <https://frrq.cvg.utn.edu.ar>
- Roca, M. (2016). *La cultura organizacional en el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria*. Universidad de Belgrano. From https://www.revistacts.net/wp-content/uploads/2018/01/Tesis_Roca.pdf
- Sánchez, S. (2019). *La cultura organizacional y el desempeño laboral en trabajadores de una empresa peruana de transporte de carga y logística*. Universidad de Piura.
- Schein, E. (2016). *Organizational Culture and Leadership [Cultura Organizacional y Liderazgo]* (5ta edición ed.). The Jossey Bass Business & Management Series.
- Schneider, B. (1975). Some relationships between job satisfaction and organization climate [Algunas relaciones entre la satisfacción laboral y el clima organizacional]. *Journal of Applied Psychology*.
- Silva, T. (2018). *El análisis de la implementación del teletrabajo mixto en el sector bancario peruano, casos BCP y BBVA*. Pontificia Universidad Católica del Perú. From <http://hdl.handle.net/20.500.12404/12319>
- Stilman, F. (2001). *Liderazgo y cultura organizacional*. Universidad de Buenos Aires. From <http://bibliotecadigital.econ.uba.ar>
- Strauss, S. (1981). *Personal: problemas humanos de la administración*. España: Prentice-Hall Hispanoamericana.
- Tellez, J. (2017). *Teletrabajo*. UNAM. From <http://ru.juridicas.unam.mx>

Apéndice

Apéndice A

Encuesta:

La presente investigación es conducida por Claudia Kaori Becerra Salas y Stephy Sanchez Vera egresadas de la carrera Administración de Empresas en la Universidad de Piura. La encuesta que leerás a continuación tiene como fin analizar la influencia de la cultura organizacional en el desempeño laboral de los colaboradores que realizan modalidad de teletrabajo en el 2022. La información proporcionada en este cuestionario es estrictamente confidencial y será utilizada sólo con fines académicos.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder una serie de preguntas, lo cual le tomará aproximadamente 10 minutos de su tiempo. La participación de este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de esta investigación.

Su participación en este estudio es de carácter libre y voluntario, pudiendo solicitar ser excluido de esta investigación. Las encuestas son anónimas y solo las investigadoras responsables tendrán acceso a los datos proporcionados.

Si usted participa en esta investigación lo hace bajo su expreso consentimiento informado:

Si estoy de acuerdo

No estoy de acuerdo

1. ¿Trabaja usted en una Empresa de consumo masivo?

Las empresas de consumo se definen como las organizaciones encargadas de producir bienes definidos como productos de alta demanda. Son aquellos productos requeridos por todos los estratos de la sociedad, lo que motiva a la competencia entre las empresas de este sector por la captación de clientela, intentando diferenciarse ofreciendo alternativas, precios o agregados.

- A) Si
- B) No

Si su respuesta fue No en la pregunta 1, indique el rubro: _____

1 ¿Realiza teletrabajo?

- A) Si
- B) No

2 Respecto a la CULTURA ORGANIZACIONAL ¿Considera que su empresa tiene una cultura organizacional consolidada?

- A) Siempre
- b) Casi siempre
- C) Indiferente
- D) Casi nunca
- E) Muy en desacuerdo

4. ¿Se identifica y/o se compromete con la historia de la empresa donde labora? La historia de una organización incluye su evolución, cultura y valores.

- A) Siempre
- B) Casi siempre

- C) Indiferente
 - D) Casi nunca
 - E) Nunca
5. ¿Percibe un buen clima laboral en la empresa donde labora en modalidad presencial?
- A) Siempre
 - B) Casi siempre
 - C) Indiferente
 - D) Casi nunca
 - E) Nunca
6. ¿Percibe un buen clima laboral en la empresa donde labora en modalidad virtual?
- A) Siempre
 - B) Casi siempre
 - C) Indiferente
 - D) Casi nunca
 - E) Nunca
7. Respecto a la CULTURA ORGANIZACIONAL de la empresa donde labora, qué orientación la identifica más (se puede elegir más de una opción):
- A) Resultados
 - B) Normas
 - C) Personas
 - D) Resolución de problemas
8. De las siguientes definiciones cuál identifica más a la CULTURA ORGANIZACIONAL de su empresa?
- A) Cultura de poder: la compañía toma como principio las habilidades y competencia del colaborador.
 - B) Cultura de la función: se apoya en el cargo y la función que desempeña el colaborador, generando poder dependiendo el cargo.
 - C) Cultura grupal: se enfoca en el desarrollo y crecimiento del empleado, buscando que el recurso humano genere resultados tanto en la compañía como en la carrera laboral y profesional de sus miembros
 - D) Cultura adhocrática: esta cultura está conformada por profesionales muy calificados y con una gran capacidad técnica, de donde surge el poder y empoderamiento del empleado
- Ninguna de las anteriores
9. Considerando la escala del 1 al 5, siendo 5 Muy Satisfactorio y 1 Nada Satisfactorio, ¿Cómo evaluaría los siguientes aspectos de su desempeño laboral del día a día?

	1	2	3	4	5
Trabajo en Equipo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Organización	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Iniciativa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Relaciones Interpersonales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Esfuerzo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10.Cuál es el factor determinante en la medición de la gestión de su DESEMPEÑO LABORAL.

- A) Medir el grado de cumplimiento de sus objetivos en el puesto.
- B) Reforzar las estrategias que mejoran su desempeño en el puesto.
- C) Medir su nivel de productividad en el puesto.
- 4) Medir su nivel de eficiencia y responsabilidad en el puesto.
- 5) Otro:

11. ¿Considera que la empresa motiva día a día a sus trabajadores para realizar sus labores?

- A) Siempre
- B) Casi siempre
- C) Indiferente
- D) Casi nunca
- E) Nunca

12. Considerando la escala del 1 al 5, ¿Cuál es la importancia que le da a cada FACTOR ACTITUDINAL de su desempeño laboral?

Los factores actitudinales se vinculan al logro de metas personales, de interés, necesidad y voluntad que sirven como estímulo para realizar determinadas tareas y lograr objetivos propuestos en una organización.

	1	2	3	4	5
Disciplina	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Actitud cooperativa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Iniciativa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Responsabilidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Presentación personal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Creatividad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Considerando la escala del 1 al 5: ¿Cuál es la importancia que le da a cada FACTOR OPERATIVO de su desempeño laboral?

Los factores operativos se vinculan al conocimiento del puesto de trabajo, la calidad de este, exactitud de procedimientos, el trabajo en equipo y la forma de liderarlo según cada posición dentro de una organización.

	1	2	3	4	5
Calidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cantidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Exactitud	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trabajo en equipo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Liderazgo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Considerando la escala del 1 al 5 ¿Qué actividades considera más importante que realiza la empresa, para que se sienta parte de ella, cuando realiza teletrabajo?

	1	2	3	4	5
Chats por Zoom	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Capacitaciones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Correos de Integración	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Correos motivacionales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pausas activas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Plan de reconocimiento por logros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Activaciones Virtuales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Encuestas Engagement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Feedback del jefe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. ¿Considera que su empresa puede adaptar su cultura organizacional en cualquier tipo de coyuntura/contexto? Calificar del 1 al 5, siendo 1 Definitivamente no y 5 Definitivamente 5.

- A) Definitivamente sí
- B) Probablemente si
- C) Indeciso
- D) Probablemente no
- E) Definitivamente no

16. Seleccione el tipo de teletrabajo que realiza:

- A) Mixto (50% virtual, 50% presencial)
- B) Absoluto (100% virtual)
- C) Otro: _____

17. ¿Cada cuánto realiza teletrabajo?

- A) Todos los días
- B) más de 2 veces por semana
- C) Una vez a la semana

18. ¿Qué equipo brinda la empresa para realizar teletrabajo? (Puede marcar más de uno)

CPU y monitor

Solo CPU

Solo monitor

Laptop

Escritorio

Silla ergonómica

Audífonos

Internet

ninguno

Otro: _____

19. ¿Considera que su rendimiento laboral es favorable cuando realiza teletrabajo?

- A) Siempre
- B) Casi siempre
- C) Indiferente
- D) Casi nunca
- E) Nunca

20. Si tu respuesta en la pregunta 19 es la d) Casi Nunca o e) Nunca. ¿A qué se debe que tu rendimiento no sea favorable?

- A) Presencia de ruido en casa
- B) Falla del internet
- C) Es usual distraerme con redes sociales
- D) Surgen inconvenientes en casa
- E) Otro:

21. ¿Qué aspectos cree que afectan a su desempeño cuando realiza teletrabajo?

- A) Factores familiares y personales.
- B) Factores ambientales (área de trabajo, ruido en casa, etc.)
- C) Flexibilidad en los horarios (trabaja más horas de lo normal).
- D) Retrasos en la comunicación y/o envío de información.
- E) Fallas en la conectividad.
- F) Falta de herramientas de trabajo.
- G) Otro: _____

22. ¿Consideras que la empresa refuerza su cultura organizacional en las personas que realizan teletrabajo?

- A) Siempre
- B) Casi siempre
- C) Indiferente
- D) Casi nunca
- E) Nunca

23. ¿En qué distrito vive?

- A) Barranco
- B) Jesús Marí
- C) Lince
- D) La Molina
- E) San Borja
- F) Magdalena
- G) Miraflores
- H) Pueblo Libre
- I) San Isidro
- J) San Miguel
- K) Santiago de Surco
- L) Surquillo
- M) Comas
- N) San Martín de Porres
- O) SJL
- P) Ate
- Q) Bellavista
- R) Breña
- S) Los Olivos
- T) Otro: _____

24. Seleccione su rango de edad*

- A) 20-24 años
- B) 25-29 años
- C) 30-34 años
- D) 35-39 años
- E) 40-44 años



- F) 45-49 años
- G) 50-54 años
- H) 55-60 años
- I) 60 años a más

25. ¿Cuál es su género? *

- A) Femenino
- B) Masculino
- C) Prefiero no especificar

26. Nivel de educación: *

- A) Secundaria completa
- B) Bachillerato
- C) Titulación
- D) Maestría
- E) Otro:

27. ¿Cómo identificaría su posición dentro de la empresa?

- A) Practicante
- B) Asistente
- C) Analista Junior
- D) Analista Senior
- E) Especialista
- F) Manager
- G) Director
- H) Otro: _____

28. Nivel de Ingresos:

- A) 1000 - 1500
- B) 1500 - 2000
- C) 2000 - 2500
- D) 2500 - 3000
- E) 3000 - 3500
- F) 3500 - 4000
- G) 4000 - 4500
- H) 4500 - 5000
- I) 5000 - 5500
- J) 5500 - 6000
- K) 6000 - 6500
- L) 6500 - 7000
- M) 7000 a más

29. ¿Hay algo más respecto al tema que le gustaría comentar? (respuesta abierta, opcional)



Apéndice B

Entrevista:

PREGUNTAS PARA LA ENTREVISTA SOBRE LA RELACIÓN ENTRE CULTURA ORGANIZACIONAL Y DESEMPEÑO LABORAL BAJO LA MODALIDAD DE TELETRABAJO

OBJETIVO: Esta investigación evaluará analizar la influencia de la cultura organizacional en el desempeño laboral de los colaboradores que realizan modalidad de teletrabajo en una empresa de consumo masivo en Lima Metropolitana.

Sexo	F ()	M ()
Rubro	Consumo masivo	
Puestos	Director, Manager, Especialista, Analista Senior, Analista Junior, Asistente, Practicante.	

¿Cuál es el rubro de la empresa donde labora? Explique brevemente a qué se dedica su empresa y cuál es su rol en ella.

Explique la modalidad de trabajo que realiza (presencial, híbrido, virtual). ¿Cuáles son sus ventajas y desventajas? ¿Por qué?

¿Cómo considera la cultura organizacional en su empresa (de forma presencial y realizando teletrabajo)? ¿Se identifica y/o se compromete con la historia de la empresa donde labora? Describa, por favor.

¿Cómo es el clima laboral en la empresa donde labora en modalidad presencial y virtual? Explique ambos casos

Considerando que las culturas organizacionales pueden estar basadas en aspectos como la orientación a los resultados, normas, personas y resolución de problemas, ¿Cómo describiría la cultura de su empresa?

En las dimensiones del desempeño laboral, tenemos los siguientes: trabajo en equipo, organización, iniciativa, relaciones personales y esfuerzo, De los siguientes enunciados, ¿cuáles cree que son los más importantes en la empresa donde labora? Explique por qué.

¿La empresa donde labora motiva día a día a sus trabajadores para realizar sus labores? ¿Cómo lo hace? Explique

En los factores actitudinales más comunes del desempeño laboral tenemos como ejemplo: Disciplina, Actitud cooperativa, Iniciativa, Responsabilidad, Presentación personal y Creatividad. De los ejemplos nombrados ¿Cuáles son los factores actitudinales que considera que aportan a su desempeño laboral?

Entre los factores operativos más comunes del desempeño laboral tenemos como ejemplo Calidad, Cantidad, Exactitud, Trabajo en equipo, Liderazgo. De los ejemplos nombrados ¿Cuáles son los factores operativos que considera que aportan a su desempeño laboral?

¿Qué actividades considera que realiza la empresa para fortalecer la cultura organizacional durante la actividad del teletrabajo?

¿La empresa le brinda equipos para realizar teletrabajo?

¿Cómo definiría su rendimiento durante el teletrabajo? Explica los pro y contras.

¿La empresa donde labora, refuerza la cultura organizacional con las personas que realizan la modalidad de teletrabajo? Explica brevemente cómo te sientes con respecto a ello.