



# FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

CARRERA DE PSICOLOGÍA

“IDENTIDAD CORPORATIVA Y DESEMPEÑO  
LABORAL EN COLABORADORES DE UNA  
EMPRESA COMERCIAL DE TRUJILLO”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Psicología

**Autor:**

Bach. Carlos Manuel Alberto Ecca Garcia

**Asesor:**

Mg. Edwar Isidro Sánchez Álvarez

Trujillo - Perú

2020

## **DEDICATORIA**

A todos los docentes que formaron parte de mi desarrollo profesional y que ahora son una  
fuente de recursos para esta investigación.

A mi familia por su apoyo incondicional para alcanzar mis metas.

## AGRADECIMIENTO

A la Dra. Karla A. Azabache Alvarado, por sus orientaciones  
constantes y su dedicación para compartir  
sus amplios conocimientos en investigación.

A mi asesor de tesis el profesor Edward I. Sánchez Álvarez por sus alcances profesionales  
en cuanto a esta investigación.

## TABLA DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
TABLA DE CONTENIDOS	4
ÍNDICE DE TABLAS	5
RESUMEN	6
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	7
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	16
CAPÍTULO III. RESULTADOS	22
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	28
REFERENCIAS	36

## ÍNDICE DE TABLAS

**Tabla 1:** *Relación de identidad corporativa con desempeño laboral en colaboradores de una empresa comercial de Trujillo*  
\_\_\_\_\_22

**Tabla 2:** *Relación de las dimensiones de identidad corporativa con la dimensión orientación a resultados en colaboradores de una empresa comercial de Trujillo*  
\_\_\_\_\_23

**Tabla 3:** *Relación de las dimensiones de identidad corporativa con la dimensión calidad en colaboradores de una empresa comercial de Trujillo*  
\_\_\_\_\_24

**Tabla 4:** *Relación de las dimensiones de identidad corporativa con la dimensión relaciones interpersonales en colaboradores de una empresa comercial de Trujillo*  
\_\_\_\_\_25

**Tabla 5:** *Relación de las dimensiones de identidad corporativa con la dimensión iniciativa en colaboradores de una empresa comercial de Trujillo*  
\_\_\_\_\_26

**Tabla 6:** *Relación de las dimensiones de identidad corporativa con la dimensión trabajo en equipo colaboradores de una empresa comercial de Trujillo*  
\_\_\_\_\_27

## RESUMEN

Esta investigación se desarrolló con el objetivo de determinar la relación que existe entre la identidad corporativa y el desempeño laboral. El tipo de investigación fue no experimental, de corte transversal y diseño correlacional. El tamaño de la muestra estuvo compuesto por 130 colaboradores de entre 18 y 30 años, seleccionados a partir de muestreo aleatorio simple. Los datos se recolectaron a partir de los siguientes test: La Escala de Identidad Corporativa adaptada a Perú por Orellana, Bossio y Rafaele (2011) y el Cuestionario de Desempeño Laboral validada en Perú por Liz E. Núñez Castro (2017). Los resultados obtenidos indican que: la identidad corporativa se correlaciona en magnitud grande con el desempeño laboral ( $r = .64$ ), las dimensiones de identidad corporativa personal ( $r = .60$ ) y organizacional ( $r = .47$ ) ejercen relación de efecto grande y moderado sobre el desempeño por orientación de resultados; estas mismas ejercen relación de efecto moderado ( $r = .42$ ) y grande ( $r = .54$ ) sobre el desempeño por calidad; solo la identidad organizacional alcanza correlación de efecto moderado sobre el desempeño en relaciones interpersonales ( $r = .43$ ) e iniciativa ( $r = .32$ ). Lo cual lleva a concluir en que ambas variables mantienen un vínculo funcional, donde, a medida que aumenta la medida de identidad corporativa aumentara la medida de desempeño.

**Palabras clave:** Identidad corporativa, desempeño laboral, relación funcional.

## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

### I.1. Realidad problemática

En la actualidad, es de conocimiento que una organización empresarial es un sistema que se caracteriza principalmente por la manifestación de ciclos de feedback no lineal, a razón de la permanente interacción que hay entre los colaboradores, las acciones del colaborador X generara consecuencias en el colaborador Y, Z, W, etc. (Bohórquez, L. 2013). Todas aquellas acciones encaminadas en generar bienes o prestar servicios (Sánchez, Herrero & Hortiguela, 2013). Esto ha llevado a sostener que el recurso más esencial en las organizaciones viene a ser el conformado por los colaboradores, esto es el recurso humano.

Las organizaciones deben tener en cuenta que para alcanzar sus objetivos es vital fomentar el buen desempeño entre los colaboradores. Existen diversos elementos que impactan en este sentido, pero destaca especialmente la identificación que posee cada colaborador hacia la organización, la cual se consigue mediante la convivencia paulatina entre organización-colaborador.

La identificación que debe generarse en los colaboradores demanda un determinado tiempo y proceso. El procedimiento o camino requiere que los colaboradores reconozcan los objetivos que persiguen la organización, la misión y visión de la misma, además debe tener presentes sus valores y la cultura.

Se han llevado a cabo algunos estudios sobre la relación que tiene la identidad corporativa con el desempeño laboral. Por ejemplo, Mohajeri y Abdolkarim (2015) llevo a cabo una investigación en Khuzestan (Irán) con el propósito de conocer el impacto de la identidad de marca corporativa en el comportamiento y la actitud de los empleados, a partir de un estudio multivariado. La muestra considerada fueron

968 colaboradores de la entidad financiera “Tejarat Bank”. Utilizo tres cuestionarios: Gestión de identidad de marca, empleado compromiso de la organización, rendimiento de la marca y satisfacción en el trabajo. Los resultados obtenidos indicaron que había una relación significativamente positiva entre la gestión de identidad de marca y el compromiso organizacional ( $r^2 = .93$ ). Además, se encontró una asociación positiva y estadísticamente significativa entre el compromiso organizacional y el desempeño de la marca ( $r^2 = .94$ ) y entre el compromiso organizacional y la satisfacción laboral ( $r^2 = .74$ ). Finalmente, los hallazgos de la investigación respaldaron una mediación significativa de la gestión de la identidad de marca en la relación entre el rendimiento de la marca, el compromiso de la organización y la satisfacción laboral.

Malca (2016), investigó la relación de estas dos variables en colaboradores de una institución municipal de Lima, Puente Piedra (Perú). La muestra estuvo conformada por 204 colaboradores, llegando a identificar que ambas variables se encuentran distribuidas de forma normal en la muestra ( $p > .05$ ) y presentan correlaciones estadísticamente significativas de las tres dimensiones de identidad corporativa con el desempeño laboral ( $r > .10$ ;  $p < .05$ ).

Flores (2016) investigó la relación entre el compromiso organizacional y el desempeño laboral en colaboradores del sector salud. Conformaron la muestra, 109 colaboradores de la red de salud del Rímac del departamento de Lima (Perú). Los datos fueron recolectados usando los Cuestionarios: de Compromiso Organizacional de Mayer y Allen y el de Desempeño Laboral de Koopmans. Encontró que, el compromiso organizacional se relaciona significativamente con el desempeño

laboral ( $r_s = .240$ ,  $p < .01$ ), también las dimensiones de compromiso: afectivo, normativo se correlacionan con el desempeño laboral ( $r > .25$ ,  $p < .01$ ).

Por su parte, Saldaña y Cornejo (2017) analizaron la relación funcional que existe por parte del compromiso organizacional con el desempeño laboral, pero, en colaboradores de una universidad del sector privado, del departamento de Lima (Perú). Considerando una cantidad de 280 colaboradores y el cuestionario de compromiso organizacional de Mayer y Allen para recolectar datos de una variable, los investigadores, presentaron la existencia de relación significativa entre el compromiso y el desempeño laboral ( $r_s = .354$ ,  $p < .01$ ), también entre el compromiso continuo con el desempeño ( $r_s = .276$ ,  $p < .01$ ); el compromiso normativo y el desempeño ( $r_s = .382$ ,  $p < .01$ ); y el compromiso afectivo con el desempeño ( $r_s = .276$ ,  $p < .01$ ).

Y, Chávez (2018) estudió la relación de las mismas variables, pero en colaboradores de una organización dedicada al servicio aeroportuario, del departamento de Lima (Perú). La muestra fue de 45 colaboradores con el cargo de supervisor. El autor creó dos cuestionarios ad hoc: el Cuestionario de compromiso organizacional y el cuestionario de desempeño laboral. Como resultados obtuvo la correlación significativa entre el compromiso organizacional y el desempeño laboral ( $r_s = .707$ ,  $p < .01$ ), además de la correlación entre el compromiso y las dimensiones de desempeño ejecución de tareas ( $r_s = .648$ ,  $p < .01$ ), actitud y compromiso ( $r_s = .632$ ,  $p < .01$ ) y logro en productividad ( $r_s = .618$ ,  $p < .01$ ).

La identidad es un concepto ampliamente estudiado en la psicología, por distintos autores. La mayoría coloca especial énfasis en teorías que la respalden como la suma pasiva de roles a lo largo de toda la vida de las personas (Longo, 2006). Por otro lado,

y desde el punto de vista de Dubar (2000), se puede comprender la identidad como una negociación interactiva y significativa, sin considerar de lado su carácter estable y rígido para dar pie a un espacio en construcción y eminentemente dinámico.

Schmitt, Simonson y Marcus (1995) demuestran que la identidad está dirigida al grado en el cual la organización ha conseguido una imagen diferente y coherente en su producción estética. Por ello, se convierte en una herramienta responsable de generar la imagen que se está necesita desde la organización misma. Una definición aceptada de imagen es como conjunto de creencias, ideas e impresiones que las personas tienen de un lugar o destino (Crompton, 1979; Kotler, Haider y Rein, 1993, citados por Baloglu y McCleary, 1999).

No obstante, la definición más utilizada en la literatura al respecto es la de Whetten (2006), en la que la identidad es aquello que los miembros organizacionales perciben que es central, duradero y carácter distintivo de la organización. Es decir, se da por los miembros internos, que tienen una percepción de lo consideran relevante y constructivo para la organización a la que pertenecen.

Otra definición para tomar en cuenta y que juega un rol protagonista es la de desempeño laboral. De acuerdo con Bohórquez y Vázquez (2002) “se podría definir al desempeño laboral como el resultado alcanzado por los colaboradores en un tiempo determinado con los objetivos y metas de la organización o Institución” (p. 48).

Aparenta ser indubitable que la realización por parte de los colaboradores de las diversas tareas que se les designó es el primer paso para obtener la eficiencia de la organización, pero no es el último. La simple realización de las labores asignadas es una base para el logro de los objetivos organizacionales, pero es una base exigua. La

expresión "trabajo a reglamento" describe el momento en que las personas se limitan a llevar a cabo únicamente lo que está pautado y, por ende, implica un grave deterioro del rendimiento para la organización (Van Knippenberg y Ellemers, 2004). Diversas organizaciones necesitan que sus colaboradores vayan más allá y se comprometan personalmente en concluir los objetivos colectivos, para que éstos se tornen alcanzables.

En contraposición al simple rendimiento en la labor asignada, hoy en día las organizaciones están dirigiendo su interés en un conjunto de comportamientos que se han designado con diversas etiquetas, tales como conductas de ciudadanía organizacional (Organ, 1988), iniciativa personal (Frese, Fay, Hilburger, Leng, y Tag, 1997), rendimiento extra-rol, conducta pro-social y rendimiento contextual, entre otras.

Los colaboradores construyen una percepción en común de la organización y valoran ciertas características clave, para ser distinta de otras organizaciones en ciertos aspectos y denotar el grado de continuidad en determinado plazo y en diversas circunstancias (Alvesson y Empson, 2008).

Para para que exista un óptimo desempeño, no solo depende por parte del colaborador sino también en otros elementos de Recursos Humanos, consiste en involucrarlo y comprometerlo con actividades que fomenten la identificación con las diversas filosofías organizacionales. Para alcanzar dicha identificación el colaborador deberá cambiará actitudes, comportamientos y nuevas formas de pensar que contribuirá a mejorar tanto a nivel personal como organizacional, lo que permitirá un desempeño exitoso dentro la organización.

La población de estudio, vinculada a una empresa comercial de la ciudad de Trujillo, no posee experiencia laboral en el sector retail, por lo cual, esta constituye su primer acercamiento al sector. Esta situación, ocasiona algunas incertidumbres y riesgos frente a la identidad corporativa que los colaboradores de una organización deberían desarrollar para que, a través del sentido de pertenencia, logren un mejor desempeño. No alcanzar identificación con la filosofía, estrategia y lo que una organización representa, repercute directamente en la calidad del desempeño laboral de los trabajadores, toda vez que, en el marco de cualquier sistema, los elementos que lo conforman deben estar en sincronía y operando mancomunadamente para alcanzar los objetivos y es precisamente, la identidad corporativa, el eje que une los ideales de todos los miembros de una empresa y motiva el esfuerzo común para alcanzarlos.

Adicionalmente, se ha evidenciado la carencia de estudios e investigaciones que brinden una perspectiva amplia con respecto a la situación descrita, lo cual constituye un vacío científico que desemboca en la falta de referentes que permitan tomar acciones concretas al respecto, pues lo que no se conoce, no se puede controlar, por ende, se constituye una dificultad en pro del logro de los objetivos y metas estratégicas de una organización.

## **I.2. Formulación del problema**

¿Existe relación entre la identidad corporativa y desempeño laboral en colaboradores de una empresa comercial de Trujillo?

## **I.3. Objetivos**

### **I.3.1. Objetivo general**

Determinar la relación que existe entre la identidad corporativa y desempeño laboral en colaboradores de una empresa comercial de Trujillo.

### **I.3.2. Objetivos específicos**

- Establecer la relación entre las dimensiones (identidad personal, Identidad social e identidad organizacional) de la identidad corporativa y la dimensión (Orientación a resultados) de desempeño laboral en colaboradores de una empresa comercial de Trujillo.
  
- Establecer la relación entre las dimensiones (identidad personal, Identidad social e identidad organizacional) de la identidad corporativa y la dimensión (Calidad) de desempeño laboral en colaboradores de una empresa comercial de Trujillo
  
- Establecer la relación entre las dimensiones (identidad personal, Identidad social e identidad organizacional) de la identidad corporativa y la dimensión (Relaciones Interpersonales) de desempeño laboral en colaboradores de una empresa comercial de Trujillo.
  
- Establecer la relación entre las dimensiones (identidad personal, Identidad social e identidad organizacional) de la identidad corporativa y la dimensión (Iniciativa) de desempeño laboral en colaboradores de una empresa comercial de Trujillo.
  
- Establecer la relación entre las dimensiones (identidad personal, Identidad social e identidad organizacional) de la identidad corporativa y la dimensión

(Trabajo en equipo) de desempeño laboral en colaboradores de una empresa comercial de Trujillo.

#### **I.4. Hipótesis**

##### **I.4.1. Hipótesis general**

H<sub>i1</sub> Existe relación entre la identidad corporativa y desempeño laboral en colaboradores de una empresa comercial de Trujillo.

##### **I.4.2. Hipótesis específicas**

- H<sub>i2</sub> Existe relación entre las dimensiones (identidad personal, Identidad social e identidad organizacional) de la identidad corporativa y la dimensión (Orientación a resultados) de desempeño laboral en colaboradores de una empresa comercial de Trujillo.
  
- H<sub>i3</sub> Existe relación entre las dimensiones (identidad personal, Identidad social e identidad organizacional) de la identidad corporativa y la dimensión (Calidad) de desempeño laboral en colaboradores de una empresa comercial de Trujillo.
  
- H<sub>i4</sub> Existe relación entre las dimensiones (identidad personal, Identidad social e identidad organizacional) de la identidad corporativa y la dimensión

(Relaciones Interpersonales) de desempeño laboral en colaboradores de una empresa comercial de Trujillo.

- H<sub>i5</sub> Existe relación entre las dimensiones (identidad personal, Identidad social e identidad organizacional) de la identidad corporativa y la dimensión (Iniciativa) de desempeño laboral en colaboradores de una empresa comercial de Trujillo.
  
- H<sub>i6</sub> Existe relación entre las dimensiones (identidad personal, Identidad social e identidad organizacional) de la identidad corporativa y la dimensión (Trabajo en equipo) de desempeño laboral en colaboradores de una empresa comercial de Trujillo.

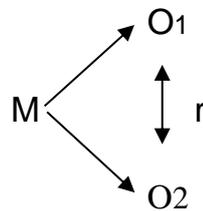
## CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

### 2.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación es correlacional porque tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto particular (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

En cuanto al diseño, es no experimental ya que la investigación se realiza sin manipular deliberadamente variables. Y es transversal, porque recolecta datos en un solo momento, en un tiempo único (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

El diagrama es el siguiente:



Dónde:

M = muestra de colaboradores que laboran por primera vez en el sector retail en la ciudad de Trujillo.

O<sub>1</sub> = Identidad Corporativa

O<sub>2</sub> = Desempeño laboral

r = Relación entre las dos variables

## 2.2. Población y muestra

La población objetivo estuvo conformada por 195 colaboradores, de 18 a 30 años, de ambos sexos, en colaboradores de una empresa comercial de Trujillo.

Para conocer el tamaño de la muestra se decidió emplear la fórmula para población finita:

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

$$n = \frac{195 * 1.96_{\alpha}^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (195 - 1) + 1.96_{\alpha}^2 * 0.5 * 0.5}$$

N = 195 colaboradores en colaboradores de una empresa comercial de Trujillo.

Z  $\alpha/2$  = 1.96 para un  $\alpha$  = 0.05

p = 0.5 que es la proporción de integralidad de bajo cumplimiento según menciona la referencia bibliográfica.

q = 1- p

E = 0.05 error de precisión o tolerancia

n = 130

De acuerdo con el resultado de la fórmula es posible señalar que se evaluó 130 colaboradores que laboran por primera vez en el sector retail en una empresa privada de la ciudad de Trujillo; y con antigüedad del puesto de 2 años.

Con respecto a la selección de la muestra, se tomó en cuenta la técnica de muestreo probabilístico aleatorio simple, en donde cada uno de los elementos de la población

tiene la misma probabilidad de ser tomado en consideración para participar en el estudio.

Dentro de los criterios de selección de la muestra se tendrán en consideración los siguientes:

Los participantes que fueron tomados en consideración en el presente estudio son colaboradores de ambos sexos, cuyas edades están entre 18 y 30 años, que laboran por primera vez en el sector retail en una empresa privada de la ciudad de Trujillo; y con antigüedad al puesto de mínimo 2 años.

Como criterios de exclusión se tiene a los colaboradores que no completen el llenado de los cuestionarios, que no se hayan presentado a labores el día de la aplicación de los test cualquiera fuese el motivo.

### **2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos**

Para la elaboración de la investigación se utilizó el enfoque cuantitativo, por lo tanto, la técnica utilizada fue la encuesta (Hernández, Fernández y Baptista, 2014) y los instrumentos son los siguientes: Escala de identidad corporativa (Orellana, Bossio y Rafaele, 2011) y el cuestionario para medir el desempeño laboral.

Instrumento I: Escala de Identidad Corporativa

Se utilizó la escala de identidad corporativa de los autores Orellana, Bossio y Rafaele (2011). Su procedencia es peruana, específicamente de la ciudad de Lima. Está conformada por tres dimensiones: personal, social y organizacional, Las cuales se

basan en la Teoría Social Positiva y la Teoría Tridimensional de la Identidad. El propósito de la escala es medir el nivel de identidad que tienen los colaboradores con la organización donde laboran. Puede aplicarse de forma individual o colectiva.

La escala cuenta con 30 ítems cuyas respuestas consideran 5 alternativas de respuesta tipo Likert de 1 (falso) a 5 (cierto) que fueron adaptados a la escala de diferentes instrumentos como el instrumento de Sentido de Pertenencia, la escala de Organizational Identification y el Cuestionario de Identificación Laboral de Quevec de origen extranjero. También, presenta un apartado donde se recolectan variables sociodemográficas (sexo, estado civil, edad, condición laboral, tipo de contrato, tiempo de servicio, posesión u oficio y cargo). Su aplicación se puede llevar a cabo por modalidad individual y modalidad colectiva, a través de un protocolo de respuestas aunado al cuadernillo de enunciados.

El estudio de validez fue llevado a cabo por los autores Orellana, Bossio y Rafaele (2011). Quienes utilizaron el método de homogeneidad, específicamente el coeficiente de correlación de Pearson corregida que reportó coeficientes mayores a 0,20, en la dimensión personal 0,40, en la social 0,60 y en la organizacional 0,39. La confiabilidad a través del alfa de Crombach dio un valor de 0,65, lo cual indica moderada confiabilidad.

#### Instrumento II: Cuestionario de Desempeño Laboral

El cuestionario de desempeño laboral, creado por Liz E. Núñez Castro en el año 2017, en Junín, Perú. Es de origen peruano, específicamente en Junín. Su finalidad es ofrecer

una medida del desempeño laboral en base un modelo de cinco dimensiones: orientación a resultados, calidad, relaciones interpersonales, iniciativa y trabajo en equipo. Su administración puede ser individual o colectiva en adultos en un tiempo mínimo de 20 minutos.

El cuestionario está formado por 33 ítems en formato de respuesta Likert de 5 puntos (1: Nunca, 2: Raras veces, 3: A veces, 4: Casi siempre, 5: Siempre). Además, recolecta datos de edad y sexo. La corrección se puede llevar a cabo de manera manual o vía Excel. Está destinada para ser aplicada a población adulta.

Con respecto a la validez en el Perú (Núñez, 2017), fueron revisada en bases a las evidencias basadas en el contenido, por medio del criterio de expertos, quienes, revisaron la claridad, coherencia y relevancia de los 33 ítems que forman parte del instrumento, reportando valores aceptables y permitiendo adoptar el criterio de aplicable. Por otro lado, alcanzo confiabilidad en un grado aceptable ( $\alpha = .92$ ).

#### **2.4. Procedimiento**

Para la recolección de datos se coordinó con los responsables de la organización los permisos necesarios para la aplicación de los cuestionarios. Luego, se reunió a los colaboradores y se explicó el propósito de la aplicación de los instrumentos respetando a quienes no deseaban ser parte de la investigación (Richaud, 2007), además del anonimato de los que si participaron y de la institución. Se hizo el vaciado de datos de ambos instrumentos en una hoja de cálculo Excel para su posterior migración al paquete SPSS v.24; donde se hizo el procesamiento estadístico a partir de los

siguientes métodos estadísticos: Media y Desviación estándar como medidas de resumen y tendencia central; asimetría y curtosis como medidas de distribución de datos; coeficiente de correlación de Pearson como prueba de relación, donde, valores mayores o iguales a .10 indican efecto pequeño, mayores o iguales a .30 efecto moderado y mayores o iguales a .50 efecto grande (Cohen, 1988); también, se estimaran los intervalos de confianza del coeficiente de pearson como medidas de extrapolación a la población (Caycho-Rodríguez, 2017). Finalmente, los resultados serán presentados bajo las normas APA.

Se tomó en cuenta los siguientes puntos, para efectos de establecer lineamientos éticos en el desarrollo del estudio (Richaud, 2007). Respeto a la persona, el cual incluye el establecimiento del consentimiento del participante, en casos de menores de edad, el conocimiento del adulto que está a cargo de su seguridad e integridad. Advirtiéndolo a este de los beneficios y riesgos que pueda haber en el proceso y la libertad que goza para continuar o abandonar el estudio, según su voluntad. Se incluyó también en este apartado el informar al participante de la utilidad de los datos e información que proporcionara, especificando aspectos como la confidencialidad y anonimato. El documento que dará garantías de lo mencionado se denomina carta testigo.

### CAPÍTULO III. RESULTADOS

**Tabla 1**

*Relación de identidad corporativa con desempeño laboral en colaboradores de una empresa comercial de Trujillo.*

Variables		r	IC 95%	
Identidad Corporativa	Desempeño laboral	0.64	0.51	0.74

*Nota: r: Coeficiente de correlación, IC: Intervalo de confianza.*

En la tabla 1, sobre la correlación entre las variables generales identidad corporativa y desempeño laboral, se observa que están alcanzan un tamaño de efecto de relación grande ( $r = .64$ , IC [.51 - .74]).

**Tabla 2**

*Relación de las dimensiones de identidad corporativa con la dimensión orientación a resultados en colaboradores de una empresa comercial de Trujillo.*

Variables		r	IC 95%	
Identidad Corporativa	Desempeño laboral		LI	LS
Personal	Orientación a resultados	0.60	0.46	0.71
Social		0.14	-0.06	0.33
Organizacional		0.47	0.31	0.61

*Nota: r: Coeficiente de correlación, IC: Intervalo de confianza, LI: Límite inferior, LS: Límite superior*

En la tabla 2, las dimensiones de identidad corporativa personal alcanzaron correlación de efecto grande ( $r = .60$ , IC [.46 - .71]) e identidad corporativa organizacional alcanzó correlación de tamaño de efecto moderado ( $r = .47$ , IC [.31 - .61]) con la dimensión orientación a resultados de desempeño laboral (Ver tabla 2).

**Tabla 3**

*Relación de las dimensiones de identidad corporativa con la dimensión calidad en colaboradores de una empresa comercial de Trujillo.*

Variables		IC 95%		
Identidad Corporativa	Desempeño laboral	r	LI	LS
Personal	Calidad	0.42	0.24	0.57
Social		0.20	0.01	0.38
Organizacional		0.54	0.38	0.67

*Nota: r: Coeficiente de correlación, IC: Intervalo de confianza, LI: Límite inferior, LS: Límite superior*

En la tabla 3, la dimensión de identidad corporativa, personal alcanzó correlación de tamaño de efecto mediano ( $r = .42$ , IC [.24 - .57]) y la dimensión organizacional de efecto grande ( $r = .54$ , IC [.38 - .67]) con la dimensión calidad.

**Tabla 4**

*Relación de las dimensiones de identidad corporativa con la dimensión relaciones interpersonales en colaboradores de una empresa comercial de Trujillo.*

Variables		IC 95%		
Identidad Corporativa	Desempeño laboral	r	LI	LS
Personal		0.2		0.4
		5	0.06	3
Social	Relaciones interpersonales	0.0	-	0.2
		3	0.18	3
Organizacional		0.4		0.5
		3	0.26	8

*Nota: r: Coeficiente de correlación, IC: Intervalo de confianza, LI: Límite inferior, LS: Límite superior*

En la tabla 4, se aprecia que solamente la dimensión de identidad corporativa organizacional alcanzó un tamaño de efecto moderado ( $r = .43$ , IC [.26 - .58]) con la dimensión relaciones interpersonales.

**Tabla 5**

*Relación de las dimensiones de identidad corporativa con la dimensión iniciativa en colaboradores de una empresa comercial de Trujillo.*

Variables		IC 95%		
Identidad Corporativa	Desempeño laboral	r	LI	LS
Personal		0.27	0.08	0.42
Social	Iniciativa	0.16	-0.04	0.35
Organizacional		0.32	0.13	0.49

*Nota: r: Coeficiente de correlación, IC: Intervalo de confianza, LI: Límite inferior, LS: Límite superior*

En la tabla 5, se aprecia que solamente la dimensión de identidad corporativa organizacional alcanzó correlación con un tamaño de efecto moderado con la dimensión iniciativa de desempeño laboral ( $r = .32$ , IC [.13 - .49]).

**Tabla 6**

*Relación de las dimensiones de identidad corporativa con la dimensión trabajo en equipo colaboradores de una empresa comercial de Trujillo.*

Variables		IC 95%		
Identidad Corporativa	Desempeño o laboral	r	LI	LS
Personal		0.26	0.07	0.43
Social	Trabajo en equipo	0.30	0.11	0.47
Organizacional		0.32	0.13	0.49

*Nota: r: Coeficiente de correlación, IC: Intervalo de confianza, LI: Límite inferior, LS: Límite superior*

Finalmente, en la tabla 6 se observa que la dimensión social correlacionó en tamaño de efecto moderado con la dimensión trabajo en el equipo ( $r = .30$ ; IC [.11 - .47]) y la dimensión organizacional correlacionó en tamaño de efecto moderado con la dimensión trabajo en el equipo ( $r = .32$ ; IC [.13 - .49]).

## CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### 4.1 Discusión

Toda organización, en la actualidad, está encaminada en obtener rentabilidad en el mercado, por lo cual, es una preocupación constante en identificar aspectos que permitan desarrollar mejoras en el desempeño de sus colaboradores, al respecto esta investigación encontró algunos datos que llevaron a suponer a la variable Identidad corporativa como una de las que permite entender un buen desempeño en colaboradores, por lo cual, para demostrarse se recolectó información de un conjunto de empleados del sector retail de una empresa privada de la ciudad de Trujillo, y, después de haber obtenido los resultados en los siguientes párrafos serán discutidos.

Este estudio tomo de referente teórico los siguientes enfoques: Primero, la teoría social positiva, que postula que una identidad social positiva se obtiene descubriendo las diferencias entre nuestro grupo y otro grupo relevante (Orellana, Bosio y Rafaele, 2011). Ésta es la parte de la identidad global del yo que se relaciona con el grupo. Así, tenemos a Tajfel (1981), quien señala que la Identidad Social es el conocimiento que posee un individuo que pertenece a determinados grupos sociales junto a la significación emocional y de valor que tiene para ella dicha pertenencia. Segundo, la teoría tridimensional de la identidad, propuesta en 2004 por Trzesniak y Coller. Estos autores, basándose en una teoría de Robert J. Sternberg, proponen que la identidad (sea de una persona, de una institución o de una comunidad) presenta tres dimensiones: Apariencia (percepción), Contenido (que ofrece) y Denominación (elementos).

Por otro lado, respecto al desempeño tomaron como fundamento teórico de la teoría de la psicología humanista de Abraham Maslow, a partir de la cual suponen que para obtener un buen desempeño laboral hay que cubrir algunas necesidades de las personas de menor a mayor jerarquía, como son: necesidades fisiológicas, de seguridad, sociales, reconocimiento y autorrealización. Así mismo, se basó en la teoría de la expectativa de Vroom (1964) de acuerdo con la cual un colaborador debe concientizar o saber que su esfuerzo traerá buenos resultados, lo cual lo llevará a poner de su parte y realizará un esfuerzo para lograr los objetivos de la Institución, teniendo la consideración de que puede recibir alguna recompensa por ello o simplemente una satisfacción personal. Tomando estos dos enfoques, Núñez (2017) supuso que toda empresa u organización debe considerar factores que influyen directamente en los colaboradores, respondiendo con un modelo de 5 dimensiones: orientación de resultados, calidad, relaciones interpersonales, iniciativa, trabajo en equipo.

La hipótesis general, suponía la existencia relación entre la identidad corporativa y el desempeño laboral, de manera general. Los resultados que se obtuvieron en la investigación, por su parte, ofrecieron datos que avalan la existencia de una correlación directa de efecto grande (Cohen, 1988), lo cual daría a entender que el fenómeno de relación ha sido apreciado en un gran número de los colaboradores estudiados, con la tendencia de que, al aumentar las medidas de identidad corporativa, a su vez, aumenta el desempeño laboral.

Los resultados obtenidos permitieron aceptar la hipótesis de investigación, permitiendo a su vez confirmar la existencia de relación entre la identidad corporativa

y el desempeño laboral en colaboradores de una empresa comercial, lo cual llevaría a suponer que la imagen coherente y estética que logran conseguir las empresas retail de Trujillo, pueden estar incidiendo en aspectos de producción, calidad y los resultados en su puesto de cada colaborador de una manera eficaz y/o eficiente.

Algunas investigaciones como las de Mohajeri (2015), permiten respaldar estos hallazgos, ya que, concluyeron en un análisis de la identidad de marca corporativa y la actitud de empleados, una asociación positiva entre tales variables, llegando a convertirse, la identidad en un predictor de la satisfacción de los empleados, al conseguir un buen desempeño con su actitud.

Tales hallazgos, pueden explicarse a partir de los postulados de la teoría de la expectativa de Vroom (1964) la cual supone que el colaborador ofrecerá un desempeño relevante dentro de la organización cuando tenga la expectativa que sus esfuerzos lo conducirán al éxito. En este proceso, expectativa - desempeño, ingresa como variable modeladora la identidad corporativa, formándose como creencias, ideas e impresiones de cada colaborador sobre la organización (Crompton, 1979; Kotler, Haider y Rein, 1993, citados por Baloglu y McCleary, 1999). Es decir, la identidad se ira formando como expectativas de filiación de la empresa que en el afán de satisfacerse llevan a colaborador a la acción, a desempeñarse productivamente en la organización.

Se encontró también, la existencia de relación entre las dimensiones de identidad corporativa personal, social y organizacional con el desempeño basado en orientación a resultados. Los resultados, demostraron que es la identidad personal y la de organización las que ejercen un mayor grado de efecto sobre la orientación a

resultados, pues alcanzaron una medida de efecto grande y moderado respectivamente (Cohen, 1988).

Estos datos permitirían entender que el hecho que el colaborador tiene una mejor visión de lo que quiere en base a su propia historia, predispone a este a orientar mejores resultados, plantear a dónde quiere llegar y como lo va a lograr respecto a sus funciones dentro de la empresa.

Respecto a este hallazgo, el estudio de Saldaña y Cornejo (2017) pueden reforzarlo, con la explicación que ofrecen sobre la relación entre el compromiso afectivo en una organización y el desempeño laboral de grupo de empleados de una universidad de Lima. Ya que el compromiso afectivo, al igual que la identidad personal contienen un componente emocional en cuanto a su funcionamiento. Y ambas variables apuntan al desarrollo de un vínculo organización-colaborador.

De igual manera, se identificó la relación entre las dimensiones (identidad personal, Identidad social e identidad organizacional) y la dimensión Calidad de desempeño laboral. Sobre esto, los hallazgos indican a la identidad organizacional, seguido de la identidad personal como las de mayor correlación, alcanzando un efecto grande por parte de la identidad organizacional.

Los hallazgos, señalarían que la comprensión de la cultura de la empresa evocado en un sentimiento de orgullo por ser parte de ella, traen consigo un mejor desempeño en lo que corresponde a la calidad y todos lo que esta acarrea, atención al cliente, presentación de productos, servicios, entre otros. Es decir, que si mejora el grado de conocimiento de la cultura organizacional en los colaboradores podría a su vez traer mejoras en la calidad de la empresa.

El hallazgo, de Saldaña y Cornejo (2017), en este aspecto, respaldaría a partir de lo encontrado sobre la correlación entre el compromiso normativo y el desempeño. Es decir, el hecho de involucrarse con la directriz de procedimientos y protocolos que plantea la organización, propios de la cultura, trae consigo desempeño mayor, según lo encontrado por estos autores, se asemeja a los hallazgos de esta investigación.

También se logró identificar la relación entre las dimensiones identidad personal, identidad social e identidad organizacional de la identidad corporativa y la dimensión relaciones interpersonales. Los resultados demostraron que en cada uno de los factores de desempeño se encontró correlación directa, pero, al igual como sucedió en los dos factores previos analizados, fueron los aspectos de identidad personal y organizacional, las que tienen un mayor efecto sobre estas dimensiones: trabajo en equipo, iniciativa y relaciones interpersonales.

Esto supondría, una vez más, que el aumento de la mejora de la identidad corporativa traería consigo mejoras en el desempeño a partir de promover relaciones interpersonales con compañeros, superiores y clientes mucho más saludables, de igual manera, se estimularía mejoras en la tendencia proponer ideas, estrategias de trabajo o mejoras en sus mismas funciones por parte de los colaboradores, además de que, se genere mejoras a nivel global por medio de equipo de trabajo mejor compenetrados y asociados.

Sobre estos datos, no se encontró evidencia específica con la cual contrastar, sin embargo, el estudio de Chávez (2018) genera un aporte para comprender estos hallazgos. El autor encontró que, el estar comprometido con la empresa, mejora la capacidad de los empleados de una empresa de servicio aeroportuario, sobre la

ejecución de sus tareas y productividad además de sus logros y productividad. Al referirse a compromiso, podemos equiparar, como se hizo en análisis previos con la identidad, respecto a que ambas traen consigo el sentirse parte de la organización e involucrarse con sus propósitos y a la iniciativa del desempeño se equipara con la actitud propuesta en el estudio de Chávez (2018).

Además, se identificó la relación entre las dimensiones identidad personal, Identidad social e identidad organizacional y la dimensión Iniciativa. Los resultados reportaron que solamente la dimensión de identidad corporativa organizacional alcanzó correlación de efecto moderado con la dimensión iniciativa de desempeño laboral.

Estos hallazgos darían a entender que el hecho de generar una mayor correspondencia con los procedimientos y la cultura de las empresas retail, por parte de los colaboradores se vincula con un mayor grado de iniciativa para realizar sus funciones y participar del trabajo activo en la organización, sobre todo para realizar sus funciones con un rendimiento óptimo.

Finalmente, se logró identificar relación entre las dimensiones identidad personal, Identidad social e identidad organizacional de la identidad corporativa y la dimensión Trabajo en equipo. Y, los resultados, señalaron que solamente las dimensiones social y organizacional correlacionaron en efecto moderado con la dimensión trabajo en equipo.

Con los resultados se entendería que el buen desempeño de los colaboradores nuevos en el sector retail, en cuanto a relacionarse trabajar en equipo, o relacionarse de forma positiva con sus compañeros para cumplir objetivos en común, se relaciona al hecho

de también sentirse identificado en un grupo social con un colectivo y con los valores normas y reglas que rigen a una organización.

Por otro lado, es preciso resaltar algunos aspectos que pudieron intervenir en el proceso investigativo, y a su vez tener una influencia sobre los resultados, como el hecho de que uno los instrumentos (identidad corporativa) reporta solamente moderada confiabilidad (Orellana, Bossio & Rafaele, 2011), no llegando a una medida aceptable de forma mínima, lo cual indicaría un margen de error en la precisión de las medidas, siendo necesario llevar a cabo otros estudios con mejor consistencia. Otro, deviene del proceso de aplicación, tiene que ver con el acceso a los participantes y el tiempo que demando llevarse a cabo, por un lado, se quería cantidades masivas en tal solo un mes destinado para este punto, pero, contrario a ello en algunas ocasiones solo se alcanzaba a aplicar a uno, dos o tres colaboradores, lo cual, trajo consigo retrasar tiempos y análisis de la información.

Aun así, lo obtenido en la investigación, genera un aporte de clara relevancia práctica, específicamente sobre el desempeño, ya que, encontrada una correlación grande, los profesionales del talento humano en empresas retail deberían concentrarse en mejorar la identidad focalizada en la persona y la organización, pero si quieren específicamente mejorar solo el trabajo en equipo deberá mejorar la identidad social. Por otro lado, constituye un importante aporte teórico en conocimiento empírico con el cual explicar el impacto de la identidad organizacional y el desempeño y sus formas.

En líneas generales, lo encontrado sustenta evidencia empírica para garantizar correlaciones positivas de parte de la identidad corporativa sobre el desempeño de

colaboradores del sector retail, no obstante, se requiere mayor evidencia para generalizar los hallazgos y verificar si no varía en cuestión de rubro.

## 4.2 Conclusiones

- Se determinó la relación entre la identidad corporativa y el desempeño laboral presentan con tamaño de efecto grande en colaboradores de una empresa comercial de Trujillo, dando entender que al mejorar la identidad corporativa mejorara el desempeño laboral en un gran número de colaboradores.
- Sobre los objetivos específicos, primero se logró identificar que la identidad corporativa personal y organizacional ejercen mayor correlación directa sobre la capacidad de orientación a resultados.
- Segundo, las mismas dimensiones persona y organización ejercen correlación de mayor efecto sobre el aspecto de desempeño, calidad.
- Tercero, la identidad corporativa organizacional ejerce una correlación de mayor efecto sobre las relaciones interpersonales.
- Cuarto, en menor magnitud, las dimensiones personal y organizacional, reportan correlación directa sobre la iniciativa como parte del desempeño.
- Quinto, la dimensión social correlaciona en un efecto moderado y pequeño sobre la forma de trabajo en equipo.

## REFERENCIAS

- Alvesson, M. & Empson, L. (2008). The construction of organizational identity: Comparative case studies of consulting firms. *Scandinavian Journal of Management*, 24(1), 1-16, 10.1016/j.scaman.2007.10.001.
- Baloglu, S., & McCleary, K.W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26, 868-897.
- Bohórquez, B. & Vázquez, D. (2002). *Estudio comparativo de la satisfacción del cliente interno con respecto a la calidad del servicio de la gestión de Recursos Humanos en dos empresas de trabajo temporal, ubicadas en el área metropolitana de Caracas. Relaciones Industriales*. (Trabajo de grado). Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.
- Bohórquez, L. (2013). La organización empresarial como sistema adaptativo complejo. *Estudios Gerenciales*, 29 (127), 258 – 265. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2013.05.014>
- Caycho-Rodríguez, T. (2017). Tamaño del efecto e intervalos de confianza para correlaciones: aportes a Montes Hidalgo y Tomás-Sábado. *Enfermería Clínica*, 27 (5), 10.1016/j.enfcli.2017.07.001
- Chávez, C. (2018). *El compromiso organizacional y el desempeño laboral en la empresa Talma Servicios Aeroportuarios, Lima 2018*. (Tesis de maestría). Universidad Cesar Vallejo. Lima.
- Christ, O., Van Dick, R., Wagner, U., & Stellmacher, J. (2003). When teachers go the extra-mile: Foci of organizational identifications as determinants of different forms of organizational citizenship behavior among schoolteachers. *British Journal of Educational Psychology*, 73, 329-341.

- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Earlbaum Associates.
- Curras, R. (2010). Identidad e imagen corporativas: revisión conceptual e interrelación. *Teoría y Praxis*, 7, 9 – 34.
- Dubar, C. (2000). *La socialización. Construcción de las identidades sociales y profesionales*. Paris: Armand Colin.
- Flores, F. (2016). *El compromiso organizacional y el desempeño laboral en la Red de Salud del Rímac, Lima, 2016*. (Tesis de maestría). Universidad Cesar Vallejo. Lima.
- Frese, M., Fay, D., Hilburger, T., Leng, K., & Tag, A. (1997). The concept of personal initiative: Operationalization, reliability and validity of two German samples. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 70(2), 139-161, doi: 10.1111/j.2044-8325.1997.tb00639.x
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (5ta Ed). México: Mc Graw-Hill.
- Longo, G. (2006) *Identidad y cultura*. Roma: Ediciones Studium.
- Malca, K. (2016). *La identidad corporativa y su relación en el desempeño laboral de los trabajadores de la municipalidad distrital de puente piedra, año 2016*. (Tesis de grado). Universidad Cesar Vallejo. Lima.
- Mohajeri, R. & Abdolkarim, A. (2015). The Impact of the Corporate Brand Identity on Employee Behavior and Attitude: A Descriptive Analysis (Case Study: Khuzestan Province Tejarat Bank Employees). *International Journal of Humanities and Cultural Studies*, 400 – 412.

- Núñez, L. (2017). *Desempeño laboral y satisfacción del cliente del Instituto Peruano del Deporte Junín-2017*. (Tesis de maestría). Universidad Cesar Vallejo. Lima.
- Orellana, G., Bossio, S., & Rafaele, M. (2011). *Identidad corporativa en Petroperú*. Lima: Thormus
- Organ, D. (1988). *Issues in organization and management series. Organizational citizenship behavior: The good soldier syndrome*. Lexington, MA, England: Lexington Books/D. C. Heath and Com.
- Richaud, M. (2007). La ética en la investigación psicológica. *Enfoques*, 9 (1 – 2), 5 - 18.
- Saldaña, C. & Cornejo, F. (2017). *Relación entre el compromiso organizacional y el desempeño laboral del personal empleado de la Universidad Peruana Unión, Lima, 2016*. (Tesis de grado). Universidad Peruana Unión. Lima.
- Sanca, M. (2011). Tipos de investigación científica. *Revista de Actualización Clínica*, 9, 621 – 624
- Sánchez, O., Herrero, R. & Hortiguera, M. (2013). *Organización empresarial y de recursos humanos*. España: Editorial Parainfo
- Sarduy, Y. (2006). *El análisis de información y las investigaciones cuantitativa y cualitativa*. Revista Cubana de Salud Pública, Recuperado de: <https://www.scielosp.org/article/rcsp/2007.v33n3/10.1590/S0864-34662007000300020/pt/>
- Schmitt, B., Simonson, A., & Marcus, J. (1995). Managing corporate image and identity. *Long Range Planning*, 28, 82-92. Recuperado de [http://dx.doi.org/10.1016/0024-6301\(95\)00040-P](http://dx.doi.org/10.1016/0024-6301(95)00040-P)

- Topa, G., Moriano, J. & Morales, J. (2008). Identidad social y apoyo percibido en las organizaciones: sus efectos sobre las conductas de ciudadanía. *Revista Interamericana de Psicología/Interamerican Journal of Psychology*, 42 (2), 363-370
- Van Knippenberg, D., & Ellemers, N. (2004). Social Identity and Group Performance. Identification as the Key to Group-Oriented Effort. In A. H. D. v. K. M. J. P. N. Ellemers (Ed.), *Social Identity at work. Developing theory for organizational practices* (29-59). New York: Psychology Press.
- Van Riel y Balmer, (1997). Corporate identity: The concept, its measurement and management. *European Journal of Marketing*, 31(5/6), 340-355.
- Vroom, V. (1964), *Work and Motivation*, John Wiley and Sons, New York, NY
- Whetten, D. (2006). Albert and Whetten Revisited: Strengthening the Concept of Organizational Identity. *Journal of Management Inquiry*, 15 (3), 219 – 234.

## ANEXOS

### Anexo N° 1

#### ESCALA DE IDENTIDAD CORPORATIVA

(G. Orellana, S. Bossio y M. Rafaele, 2011)

Instrucciones: A continuación, encontrará una lista de expresiones que pretende medir la identidad corporativa de los trabajadores de los colaboradores de una empresa comercial de Trujillo. Los enunciados están referidos a cómo actúa, percibe, o siente usted como trabajador respecto a sus compañeros y a la organización. Por favor, lea con atención y cuidado cada expresión y marque con una equis (X) en la alternativa que mejor se adecue a su criterio, según la siguiente clave: 1= Falso, 2=: Algo falso, 3= Ni Falso ni Cierto, 4= Algo cierto, 5= Cierto. Tenga usted en cuenta que no hay respuestas buenas o malas, conteste a todas las frases y no emplee demasiado tiempo en responder cada una de ellas.

#### DATOS GENERALES:

**Sexo:** Varón/Mujer

**Edad**

**Estado Civil:** Soltero Conviviente Casado Separado Divorciado Viudo

**Condición Laboral:** Nombrado Contratado Otro

**Tiempo de Servicios:** \_\_\_\_ Años \_\_\_\_ Meses

**Profesión u oficio:**

**Cargo:**

1= Falso, 2=: Algo falso, 3= Ni Falso ni Cierto, 4= Algo cierto, 5= Cierto

<b>Escala de Identidad Corporativa</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1.- Considero que la mayoría de los trabajadores se sienten ligados emocionalmente con la organización.					
2.- Estoy en este puesto de trabajo porque no hay oportunidades en otro lugar.					
3.- Mi interés por la labor que desempeño en la organización proviene desde antes de ingresar a trabajar aquí.					
4.- Mi labor en la organización es importante por lo que no me incomoda permanecer mucho tiempo en mi trabajo.					
5.- Permanecer en esta organización, es una cuestión de necesidad y no de prestigio.					
6.- Los trabajadores en esta organización poseen elevadas cualidades personales.					
7.- No estoy contento con el puesto de trabajo que tengo.					
8.- Me siento satisfecho con la condición laboral que tengo					
9.- Estoy orgulloso de ser parte de mi equipo de trabajo					
10.- El ingresar a trabajar en esta organización no mejoro mi prestigio o estatus social.					
11.- Con mis colegas alguna vez he dicho mentiras.					
12.- Incómoda participar en las ceremonias protocolares que organiza la organización.					
13.- En mi lugar de trabajo ayudamos al trabajador que no sabe, sin esperar recompensa alguna.					

14.- Creo que me falta tener los valores que la organización exige a sus trabajadores.					
15.- Estando con los colegas de trabajo logro liberarme de las cosas que no me gustan de mí.					
16.- En el trabajo no cumplo los compromisos que establezco con mis colegas.					
17.- En la dependencia donde trabajo establezco relaciones de cooperación con mis colegas.					
18.- No me gusta mostrarme tal como soy en mi centro de trabajo.					
19.- Asisto a reuniones no oficiales que organiza mi grupo de trabajo.					
20.- No me arrepiento de haber ingresado a trabajar en esta organizacional.					
21.- En mi dependencia con mis colegas alardeo (me jacto) algo a veces.					
22.- Considero que aquí los cargos y ascensos se hacen por méritos.					
23.- Desde hace un buen tiempo estoy dedicado a conocer la historia, plan estratégico y reglamentos de esta organización.					
24.- En la población no existe una buena opinión sobre la organización.					
25.- Las remuneraciones que se perciben no satisfacen las expectativas del personal.					
26.- Estoy orgulloso de contarle a otros de ser miembro de esta organización.					
27.- Me preocupa cómo sería la vida de los trabajadores si no estuvieran en esta organización.					

<p><b>28.-</b> Incomoda que el público haga comentarios desfavorables de esta organización.</p>					
<p><b>29.-</b> A la región le importa el destino de esta organización</p>					
<p><b>30.-</b> Aquí, en la mayoría de los casos, se logra un mejor puesto de trabajo por favoritismo y no por capacidad.</p>					
<p><b>31.-</b> Contesto siempre tan pronto como puedo un documento después de haberlo leído.</p>					
<p><b>32.-</b> En esta organización es casi imposible lograr un ascenso o promoción laboral.</p>					
<p><b>33.-</b> La organización es considerada como una de las mejores en educación superior.</p>					

## Anexo N° 2

### CUESTIONARIO DE DESEMPEÑO LABORAL

Cuestionario para medir el desempeño laboral de los trabajadores de los colaboradores de una empresa comercial de Trujillo. A continuación, se le presenta una serie de preguntas que deberá responder de acuerdo con su punto de vista. Estas serán utilizadas en un proceso de investigación, el cual busca medir el desempeño laboral de los trabajadores de los colaboradores que laboran por primera vez en el sector retail de una empresa privada de la ciudad de Trujillo. Los datos serán manejados confidencialmente.

Sexo:\_\_\_\_\_Edad:\_\_\_\_\_

Instrucciones: Marque con una X la opción acorde a lo que piensa, para cada una de las siguientes interrogantes. Recuerde que no hay respuestas buenas o malas. Sea sincero(a) al contestar

#### Criterios para responder el cuestionario

Nunca	Raras veces	A veces	Casi Siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Escala de Desempeño Laboral	1	2	3	4	5
<b>I. Dimensión: ORIENTACIÓN A RESULTADOS</b>					
1.- Termino mi trabajo oportunamente					
2.- Cumplo con las actividades planificadas					

3.- Planifico mis actividades a realizar					
4.- Realizo un volumen adecuado de trabajo					
5.- Racionalizo adecuadamente los recursos asignados					
6.- Asumo con compromiso los objetivos de la institución					
7.- Me preocupo por alcanzar las metas					
<b>II. Dimensión: CALIDAD</b>					
8.- No cometo errores en el cumplimiento de mis funciones					
9.- No requiero supervisión frecuentemente					
10.- Mi comportamiento es muy profesional					
11.- Me muestro respetuoso con los demás					
12.- Cumplo con los plazos de ejecución de actividades					
13.- Cumplo con responsabilidad las tareas encomendadas					
14.- Cumplo con las normas de la organización					
15.- Conozco muy bien las actividades propias de mi área					
<b>III. Dimensión: Relaciones Interpersonales</b>					
16.- Trato con amabilidad a los clientes					
17.- Brindo adecuada orientación a los clientes					
18.-Evito conflictos dentro del equipo					
19.- Soy sensible a los sentimientos y necesidades de los demás					
20.- Participo en la toma de decisiones					

21.- Tengo la capacidad de influir positivamente en mis compañeros					
22.- Los clientes me entienden cuando doy información					
<b>IV. Dimensión: Iniciativa</b>					
23.- Propongo nuevas ideas para mejorar los procesos de la institución					
24.- Aporto ideas innovadoras para la solución de conflictos					
25.- Me muestro asequible a los cambios					
26.- Me anticipo a las dificultades					
27.- Tengo capacidad de resolver problemas					
<b>V. Dimensión: Trabajo en equipo</b>					
28.- Muestro aptitud para integrarme al equipo					
29.- Me identifico fácilmente con los objetivos del equipo					
30.- Me comunico asertivamente con los compañeros de trabajo					
31.- Apoyo en las tareas programadas					
32.- Asumo con compromiso las tareas que me encomiendan					
33.- La transmisión de mis ideas son claras					

### Anexo N° 3

#### FICHA TÉCNICA INSTRUMENTO 1

<b>Nombre:</b>	Escala de Identidad Corporativa
<b>Autor y Año:</b>	G. Orellana, S. Bossio y M. Rafaele, 2011
<b>Procedencia:</b>	Perú
<b>Significancia:</b>	Medir el nivel de identidad: personal, social y organizacional.
<b>Ámbito de aplicación:</b>	Organizacional. Colaboradores de cualquier rango y cargo.
<b>Forma de aplicación:</b>	Individual o colectiva
<b>Tiempo de aplicación:</b>	De 15 a 25 minutos.
<b>Validación:</b>	Por medio del método de homogeneidad, específicamente el coeficiente de correlación de Pearson corregida que reportó coeficientes mayores a 0,20, en la dimensión personal 0,40, en la social 0,60 y en la organizacional 0,39. La confiabilidad a través del alfa de Crombach dio un valor de 0,65, lo cual indica moderada confiabilidad.

## Anexo N° 4

### FICHA TÉCNICA INSTRUMENTO 2

<b>Nombre:</b>	Cuestionario de Desempeño Laboral
<b>Autor y Año:</b>	Liz E. Núñez Castro, 2017
<b>Procedencia:</b>	Perú
<b>Significancia:</b>	Medir el desempeño laboral: orientación a resultados, calidad, relaciones interpersonales, iniciativa y trabajo en equipo.
<b>Ámbito de aplicación:</b>	Organizacional. Colaboradores de cualquier rango y cargo.
<b>Forma de aplicación:</b>	Individual o colectiva
<b>Tiempo de aplicación:</b>	De 15 a 25 minutos.
<b>Validación:</b>	Por medio de evidencias basadas en el contenido, por medido del criterio de expertos, quienes, revisaron la claridad, coherencia y relevancia de los 33 ítems que forman parte del instrumento, reportando valores aceptables y permitiendo adoptar el criterio de aplicable. Por otro lado, alcanzo confiabilidad en un grado aceptable ( $\alpha = .92$ ).

## Anexo N° 5

### Carta de Consentimiento informado

Por medio del presente documento manifiesto que se me ha brindado información para la participación en la investigación titulada “Identidad corporativa y desempeño laboral en colaboradores de una empresa comercial de Trujillo”, la misma que está registrada en la Universidad Privada del Norte.

Además, mediante la presente afirmo que se me ha explicado que:

- El objetivo del estudio es determinar la relación que existe entre la identidad corporativa y desempeño laboral en colaboradores de una empresa comercial de Trujillo.
- El procedimiento consistió en coordinar con los responsables de la organización los permisos necesarios para la aplicación de los cuestionarios. Luego, se reunió a los colaboradores y se explicó el propósito de la aplicación de los instrumentos.
- Puedo recibir respuesta a cualquier pregunta o aclaración
- Soy libre de rehusarme en participar en cualquier momento y dejar de participar en la investigación, sin que ello me perjudique.
- No se revelará mi identidad y se reservará la información que yo proporcione.

Sin embargo, se me ha informado que los resultados agrupados de manera conjunta con los demás participantes serán publicados en el repositorio de tesis digitales de la Universidad Privada del Norte sin que mi nombre se revele. Sólo será revelada la información que proporcione cuando haya un riesgo o peligro potencial para mi persona o para los demás. Además de haberme aclarado que la firma del presente documento da fe de mi aceptación.

Nombres y Apellidos: .....

Firma: .....

## Anexo N° 6

**Tabla 8**

*Resumen de puntuaciones de la variable identidad corporativa en colaboradores de una empresa comercial de Trujillo.*

Variables	Rango		M	DE	$g^1$	$g^2$
<b>Identidad Corporativa</b>	76	101	89.42	6.436	-0.723	-0.387
Personal	25	37	31.96	3.513	-0.656	-0.819
Social	30	40	34.80	2.670	0.183	-1.045
Organizacional	19	25	22.66	1.924	-0.762	-0.484

Nota: M: Media; DE: Desviación estándar;  $g^1$ : Asimetría;  $g^2$ : Curtosis.

Respecto a la variable de identidad corporativa tanto la medida general como las medidas por dimensiones que forman parte de ella, se distribuyen ajustadas a la curva normal ( $g^1 < \pm 1.5$ ), con tendencia a puntuar por sobre la media en el caso de personal ( $M = 31.96$ ) y organizacional ( $M = 22.66$ ) y por debajo de la media en social ( $M = 34.80$ ).

## Anexo N° 7

**Tabla 9**

*Resumen de puntuaciones de la variable identidad corporativa en colaboradores de una empresa comercial de Trujillo.*

Variables	Rango		M	DE	$g^1$	$g^2$
<b>Desempeño laboral</b>	13	16	147.0	7.17	-	-
Orientación a resultados	0	1	8	8	0.604	0.318
Calidad	28	35	31.05	1.95	0.267	-
Relaciones interpersonales	27	40	34.67	3.96	-	-
Iniciativa	29	35	32.06	1.89	0	0.546
Trabajo en equipo	20	25	22.52	1.60	0.030	-
	24	30	26.78	1.86	0.175	-
				5		1.145
				2		1.006

Nota: M: Media; DE: Desviación estándar;  $g^1$ : Asimetría;  $g^2$ : Curtosis.

También la variable identidad corporativa y sus dimensiones obtuvieron puntuaciones que se distribuyen ajustadas a la curva normal ( $g^1 < \pm 1.5$ ), donde, calidad y la medida general presentaron tendencia a puntuar por sobre la media, mientras que, Orientación a resultados Relaciones interpersonales, Iniciativa y Trabajo en equipo organizacional presentaron tendencia por debajo de la media.