

Resumen

La pandemia de COVID-19 afectó la vida cotidiana de todas las personas del mundo y particularmente la forma de trabajar. En nuestro país, y específicamente en Córdoba capital, se llevó una cuarentena extensa, lo cual en este contexto adverso las empresas de desarrollo de software tuvieron que adaptarse y transformarse. En Argentina, el concepto de teletrabajo o home office tuvo su primera aparición en el 2003 por el síndrome respiratorio agudo severo. Diecisiete años más tarde, a raíz de la actual emergencia sanitaria declarada en nuestro territorio por el coronavirus, la misma historia se repite. A medida que aumentaron los casos de personas infectadas, crece el número de empresas que ofrecen a sus empleados la modalidad de trabajar en casa. El objetivo de la siguiente investigación fue determinar cómo influyó el home office en los trabajadores de la empresa Mercado Libre en la ciudad de Córdoba capital, analizando satisfacción, rendimiento y usabilidad de esta modalidad de trabajo. Esta investigación se ha basado en un análisis cuantitativo, no experimental de alcance descriptivo y de corte transversal. Se ha tomado una muestra de 30 empleados, y la recolección de datos se ha realizado mediante una encuesta personal utilizando un cuestionario de 24 ítems. De los resultados obtenidos hay una marcada tendencia de satisfacción ante el home office, una percepción de mejoría de rendimiento individual y una fácil implementación del mismo. Este estudio sienta las bases de futuras investigaciones que permitan adaptar la forma de trabajo tradicional a una modalidad más flexible.

Palabras claves: COVID-19, home office, trabajo, hogar, satisfacción.

Abstract

The COVID-19 pandemic affected the daily lives of people around the world and particularly the way they work. In our country, and specifically in the capital city of Córdoba, an extensive quarantine was carried out, which in this adverse context the software development companies had to adapt and transform. In Argentina, the concept of telework or home office had its first appearance in 2003 due to severe acute respiratory syndrome. Seventeen years later, as a result of the current health emergency declared in our territory by the coronavirus, the same story is repeated. As the number of infected people increased, the number of companies that offer their employees the modality of working at home increased. The objective of the following research was to determine how the home office influenced the workers of Mercado Libre company in the city of Córdoba, analyzing satisfaction, performance and usability of this work modality. This research has been based on a quantitative, non-experimental analysis of descriptive scope and cross-sectional. A sample of 30 employees has been taken, and the data collection has been done through a personal survey using a 24-item questionnaire. From the results obtained there is a marked tendency of satisfaction with the home office, a perception of improvement in individual performance and easy implementation. This study lays the foundation for future research to adapt the traditional way of working to a more flexible modality.

Keywords: COVID-19, home office, work, home, satisfaction.